

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ALCELI RIBEIRO ALVES



**A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NOS PAÍSES DO MERCOSUL:
TERRITÓRIOS, FLUXOS E *UPGRADING* INDUSTRIAL**

CURITIBA
2016

ALCELI RIBEIRO ALVES

**A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NOS PAÍSES DO MERCOSUL:
TERRITÓRIOS, FLUXOS E *UPGRADING* INDUSTRIAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, do Setor de Ciências da Terra, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientação: Prof.^a Dr.^a Olga L. C. de Freitas Firkowski.

CURITIBA
2016

Alves, Alceli Ribeiro

A indústria automobilística nos países do Mercosul: territórios, fluxos e upgrading industrial / Alceli Ribeiro Alves. – Curitiba, 2016.
208 f. : il.; tabs., grafs.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia
Orientadora: Olga L. C. de Freitas Firkowski
Bibliografia: p. 198-208

1. Geografia econômica. 2. Geografia industrial. 3. MERCOSUL.
I. Firkowski Olga L. C. de Freitas. II. Título.

CDD 915



MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR CIÊNCIAS DA TERRA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA



PARECER

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Pós-Graduação em Geografia reuniram-se para a arguição da Tese de Doutorado, apresentada pelo (a) candidato (a) **ALCELI RIBEIRO ALVES** intitulada **"A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NOS PAÍSES DO MERCOSUL: TERRITÓRIOS, FLUXOS E UPGRADING INDUSTRIAL"**, para obtenção do grau de Doutor em Geografia, do Setor de Ciências da Terra, da Universidade Federal do Paraná Área de Concentração Espaço, Sociedade e Ambiente, Linha de Pesquisa Produção e Transformação do Espaço Urbano e Regional.

Após haver analisado o referido trabalho e arguido o (a) candidato (a), são de parecer pela APPROVAÇÃO da Tese.

Curitiba, 25 de maio de 2016.

Nome e Assinatura da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Olga L. C. de Freitas Firkowski – orientadora

Prof. Dr. Eliseu Saverio Spósito - UNESP/PTE

Prof. Dr. Montaña Arroyo - USP

Prof. Dr. Mariano Mattos de Macedo - UFPR

Prof. Dr. Jackson Teixeira Bittencourt - PUCPR

Dedico este trabalho à Josiane, que, com muita paciência e empatia, sempre esteve ao meu lado para ouvir as minhas reflexões envolvendo a produção desta obra.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Olga Lúcia Castreghini de Freitas Firkowski, pelo apoio, pela confiança, orientação e amizade.

À Prof.^a Dr.^a Maria Mónica Arroyo e aos professores Dr. Luís Lopes Diniz Filho, Dr. Eliseu Savério Sposito, Dr. Mariano de Matos Macedo e Dr. Jackson Teixeira Bittencourt, pela leitura crítica desta tese, pelas sugestões e pelas considerações feitas durante a arguição.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa de estudos de Doutorado.

Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, do Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Ao colegiado do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFPR (gestão 2014–2015), em particular, aos professores Dr. Francisco de Assis Mendonça, Dr. Leonardo José Cordeiro dos Santos, Dr. Sylvio Fausto Gil Filho, Dr. Jorge Montenegro Gomez, Dr.^a Gislene de Fátima Pereira, pelo apoio e pela atenção recebidos.

Aos funcionários Luiz Carlos Zem e Adriana Cristina Oliveira, pelo profissionalismo, apoio e amizade.

Aos alunos (as) da disciplina de Geografia Industrial (turmas de 2013, dos turnos matutino e noturno), do curso de Geografia da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Gostaria de agradecer também à Escola de Geografia, da Universidade Queen Mary, Universidade de Londres. Pensar geograficamente e me aperfeiçoar com os professores dessa Escola durante a realização do Mestrado em Geografia foi uma experiência única e muito valiosa para mim. A atmosfera cosmopolita do campus *Mile End* é muito vibrante e tenho certeza de que as experiências vividas ali ficarão na minha memória por muito tempo.

Por último, mas não menos importante, ao Professor Adrian Smith, da Universidade Queen Mary, por sua amizade, empatia e por ter contribuído com a minha formação profissional dentro da Geografia, e ao Professor David Harvey, por seus ensinamentos, pelo incentivo e por sua enorme contribuição à Geografia.

“E é através do processo de produção que o homem transforma a natureza a fim de garantir sua sobrevivência ou de aumentar sua riqueza. Portanto, a economia se realiza no espaço e não pode ser entendida fora desse quadro de referência.”

Milton Santos,
Economia Espacial: críticas e alternativas.

RESUMO

Durante as duas últimas décadas, a globalização da produção de autoveículos e autopeças, associada à abertura dos mercados internacionais e à integração regional, permitiu que vários países se inserissem na produção mundial e no comércio internacional de produtos automotivos, aumentando, dessa forma, a competição entre esses países durante o processo de globalização. Nesses contextos, a estratégia de desenvolvimento adotada pelos países do MERCOSUL foi a de abrir seus mercados para o comércio internacional e para a entrada de novas montadoras do setor automobilístico. Os resultados desses eventos têm revelado mudanças significativas na geografia da indústria automobilística nos países do MERCOSUL. Tomando por base esses contextos atuais de globalização, bem como a abertura econômica, a integração regional e a intensa competição envolvendo os países do MERCOSUL no processo de globalização da produção de autoveículos e autopeças, este trabalho tem como objetivo analisar a participação dos países do MERCOSUL nesse processo e, principalmente, o desempenho de suas respectivas indústrias automobilísticas nacionais na produção mundial e no comércio internacional de produtos automotivos durante as últimas décadas. Dessa forma, parte-se da hipótese de que a globalização da produção na indústria automobilística, associada à inserção e à crescente participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na produção mundial e no comércio internacional de autoveículos, vem permitindo que as indústrias automobilísticas nacionais desses países se reposicionem nas cadeias de valor e melhorem seus níveis de competitividade e *upgrading* industrial. A metodologia utilizada consiste em analisar os fluxos de comércio internacional envolvendo os principais mercados consumidores de produtos automotivos no mundo e avaliar as mudanças no desempenho anual das exportações das indústrias automobilísticas do MERCOSUL entre os anos de 1995 e 2013. O trabalho faz uso de quatro variáveis distintas para mensurar *upgrading* industrial (valor nominal, volume, quota de mercado, e valores unitários) e utiliza três dos principais bancos de dados referentes à importação e à exportação de produtos automotivos (EUROSTAT Comext, UN-COMTRADE, AliceWeb). Com evidência obtida a partir da análise dos dados e das variáveis aqui utilizadas, constatou-se que as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL conseguiram melhorar seus desempenhos em uma variedade de produtos automotivos, embora existam oscilações ao longo do recorte temporal estabelecido na análise, além de diferenças no desempenho de indústria para indústria na região e entre as diversas categorias de produtos analisados. Além disso, foram notadas particularidades envolvendo a perspectiva do *upgrading* industrial, que devem ser consideradas quando se avalia a relação entre produção e comércio, a direção dos fluxos de valor, e, em particular, os mercados consumidores e as categorias de produtos. Portanto, o estudo salienta a importância da análise específica de determinados produtos para ajudar a compreender e determinar a extensão em que *upgrading* industrial vem ocorrendo em redes globais de produção. Por último, mas não menos importante, o trabalho se encerra com uma reflexão sobre a necessidade de considerar o caráter regional envolvido no processo de globalização da produção e comercialização de produtos automotivos em análises que fazem uso da perspectiva do *upgrading* industrial.

Palavras-chave: Geografia Econômica. Geografia Industrial. *Upgrading* Industrial. MERCOSUL. Indústria Automobilística.

ABSTRACT

Throughout the last two decades the globalization of autovehicle production and autoparts, associated with the opening of international trade markets and regional integration, have allowed many countries to insert themselves into the world production and international trade of automotive products, and, thus, increasing the competition among these countries during the globalization process. Within these contexts, the development strategies adopted by MERCOSUL countries were to open their markets to international trade and to the entry of new vehicle manufacturers in the automobile sector. The results of these events are revealing significant changes in the geography of the automotive industry in MERCOSUL countries. It is in these contemporary contexts of globalization; economic openness; regional integration and intense competition involving the countries of MERCOSUL in the process of globalization of autovehicle and autoparts production that this work aims to analyse the participation of MERCOSUL countries in this process and, mainly, to evaluate the performance of their respective automobile industries in world production and in international trade markets of automotive products during the last few decades. Therefore, it is considered the hypothesis that the globalization of production in the automotive industry associated with the insertion and increasing participation of national automobile industries of the MERCOSUL into the world production and international trade of autovehicles and autoparts, are allowing these countries to reposition themselves into global value chains and to improve their competitiveness as well as insert their firms into industrial *upgrading* trajectories. The methodology used consisted of an analysis of international trade flows involving the main consumers of automotive products in the world and evaluate the changes in the annual performance of exports from MERCOSUL auto industries between 1995 and 2013. The work makes use of four distinct variables to measure industrial *upgrading* (value, volume, markets shares, and unit values) and uses three databases (EUROSTAT Comext, UN-COMTRADE, AliceWeb). With evidence obtained from the analysis of data and variables used herein, the work reveals that the national automobile industries of the countries of MERCOSUL improved their performance in a variety of automotive products, although there are disparities amongst industries in the region as well as fluctuations over the timeframe established in the analysis. Moreover, particularities concerning the perspective of industrial *upgrading* have been noted, and these should be considered when one attempts to evaluate the relationship between production and trade; the direction of value flows and, in particular, consumer markets and product categories. Therefore, amongst other things, the study emphasizes the significance of product-specific analysis to help us understand and determine the extent to which industrial *upgrading* is occurring in GPNs. Last, but not least, the work concludes assuming the need to consider the regional aspects involved in the process of globalization of production and trade of automotive products and the implications of this in analysis that make use of the industrial *upgrading* perspective.

Keywords: Economic Geography, Industrial Geography, Industrial Upgrading, MERCOSUL, Automobile Industry.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NO BRASIL EM 2013.....	78
TABELA 2 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NA ARGENTINA EM 2013.....	80
TABELA 3 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NA VENEZUELA EM 2013.....	81
TABELA 4 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NO URUGUAI EM 2013.....	82
TABELA 5 - 20 MAIORES PRODUTORES MUNDIAIS DE AUTOVEÍCULOS (+ VENEZUELA) EM 2013.....	86
TABELA 6 - MUDANÇAS NA POSIÇÃO DOS PAÍSES DO MERCOSUL E ECONOMIAS SELECIONADAS NA PRODUÇÃO MUNDIAL DE AUTOVEÍCULOS ENTRE 1999 E 2013.....	89
TABELA 7 - MERCOSUL: PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS ENTRE 1999 E 2013 (unidades).....	90
TABELA 8 - VALOR DAS IMPORTAÇÕES MUNDIAIS (em bilhões de US\$) DECLARADAS PELOS PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013.....	100
TABELA 9 - VARIAÇÕES NA POSIÇÃO (P) E PERCENTUAL (%) IMPORTADO PELOS PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013.....	101
TABELA 10 - DEMANDA MUNDIAL POR PRODUTOS AUTOMOTIVOS (US\$) E PARTICIPAÇÃO DAS INDÚSTRIAS AUTOMOBILÍSTICAS NACIONAIS DOS PAÍSES DO MERCOSUL NO TOTAL DAS IMPORTAÇÕES MUNDIAIS EM 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013.....	102
TABELA 11 - POSIÇÃO, VALOR DAS EXPORTAÇÕES E QUOTA DE MERCADO DOS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 1995.....	105
TABELA 12 - POSIÇÃO, VALOR DAS EXPORTAÇÕES E QUOTA DE MERCADO DOS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 2000.....	107
TABELA 13 - POSIÇÃO, VALOR DAS EXPORTAÇÕES E QUOTA DE MERCADO DOS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 2005.....	108
TABELA 14 - POSIÇÃO, VALOR DAS EXPORTAÇÕES E QUOTA DE MERCADO DOS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 2010.....	110
TABELA 15 - POSIÇÃO, VALOR DAS EXPORTAÇÕES E QUOTA DE MERCADO DOS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 2013.....	112
TABELA 16 - IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 2013.....	119

TABELA 17 - PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUTOS	
AUTOMOTIVOS PARA A UE-15 EM 2013	132
TABELA 18 - PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE PRODUTOS	
AUTOMOTIVOS PARA A CHINA EM 2013	134
TABELA 19 - VALOR DAS EXPORTAÇÕES (US\$) DE PRODUTOS	
AUTOMOTIVOS DO BRASIL PARA O NAFTA, 1995–2013	138
TABELA 20 - VALOR DAS EXPORTAÇÕES (US\$) DE PRODUTOS	
AUTOMOTIVOS DA ARGENTINA PARA O NAFTA, 1995–2013	139
TABELA 21 - VALOR DAS EXPORTAÇÕES (US\$) DE PRODUTOS	
AUTOMOTIVOS DO URUGUAI PARA O NAFTA, 1995–2013	140
TABELA 22 - VALOR DAS EXPORTAÇÕES (US\$) DE PRODUTOS	
AUTOMOTIVOS DA VENEZUELA PARA O NAFTA, 1995–2013	141
TABELA 23 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELOS EUA EM 1995	143
TABELA 24 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELOS EUA EM 2000	144
TABELA 25 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELOS EUA EM 2005	145
TABELA 26 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELOS EUA EM 2010	146
TABELA 27 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELOS EUA EM 2013	147
TABELA 28 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 1995	149
TABELA 29 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2000	150
TABELA 30 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2005	151
TABELA 31 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2010	152
TABELA 32 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2013	153
TABELA 33 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA CHINA EM 1995	157
TABELA 34 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA CHINA EM 2000	157
TABELA 35 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA CHINA EM 2005	158
TABELA 36 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA CHINA EM 2010	158
TABELA 37 - IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS	
AUTOMOTORES REALIZADAS PELA CHINA EM 2013	159
TABELA 38 - PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE AUTOMÓVEIS COM	
MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 EM 2013	161

TABELA 39 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 REALIZADAS PELO REINO UNIDO EM 1997	163
TABELA 40 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 REALIZADAS PELO REINO UNIDO EM 2001	164
TABELA 41 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 REALIZADAS PELO REINO UNIDO EM 2005	164
TABELA 42 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 REALIZADAS PELO REINO UNIDO EM 2011	165
TABELA 43 - PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, EM 2013	167
TABELA 44 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 1995	170
TABELA 45 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2000	171
TABELA 46 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2005	172
TABELA 47 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2010	173
TABELA 48 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, REALIZADAS PELA ALEMANHA EM 2013	174
TABELA 49 - PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, EM 2013	175
TABELA 50 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, REALIZADAS PELOS EUA EM 1995	176
TABELA 51 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, REALIZADAS PELOS EUA EM 1999	177
TABELA 52 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, REALIZADAS PELOS EUA EM 2005	177
TABELA 53 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, REALIZADAS PELOS EUA EM 2010	178
TABELA 54 - IMPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, REALIZADAS PELOS EUA EM 2013	179
TABELA 55 - PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 3.0 EM 2013	180

TABELA 56 - DESTINO E PERCENTUAL (%) DAS EXPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 REALIZADAS PELO BRASIL EM 1995, 2000, 2005, 2010 E 2013	188
TABELA 57 - DESTINO E PERCENTUAL (%) DAS EXPORTAÇÕES DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, REALIZADAS PELA ARGENTINA EM 1995, 2000, 2005, 2010 E 2013	189

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - ESTADOS-PARTES DO MERCOSUL EM 2016.....	19
FIGURA 2 - UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NOS PAÍSES E ESTADOS (PROVÍNCIAS) DO MERCOSUL, 2013.....	68
FIGURA 3 - PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE AUTOVEÍCULOS NO MUNDO EM 2013.....	85
FIGURA 4 - VOLUME DE PRODUÇÃO (unidades) E POSIÇÃO DOS PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE AUTOVEÍCULOS EM 2000.....	87
FIGURA 5 - VOLUME DE PRODUÇÃO (unidades) E POSIÇÃO DOS PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE AUTOVEÍCULOS EM 2010.....	87
FIGURA 6 - MERCOSUL: VOLUME DE PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS, 1999–2013 (unidades).....	88
FIGURA 7 - DESEMPENHO DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA BRASILEIRA, 2010–2012.....	91
FIGURA 8 - PRODUÇÃO MUNDIAL DE AUTOMÓVEIS POR MACRORREGIÃO, 2000–2013 (unidades.).....	93
FIGURA 9 - DEMANDA MUNDIAL POR PRODUTOS AUTOMOTIVOS E PARTICIPAÇÃO (%) DOS PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES NA DEMANDA MUNDIAL POR PRODUTOS AUTOMOTIVOS EM 2013 (Valor em US\$).....	97
FIGURA 10 - IMPORTAÇÕES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS REALIZADAS PELOS PAÍSES DO MERCOSUL EM 1995, 2000, 2005, 2010 E 2013 (Valores nominais em US\$).....	103
FIGURA 11 - POSIÇÃO DOS PAÍSES DO MERCOSUL NA EXPORTAÇÃO MUNDIAL DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS ENTRE 1995 E 2013.....	113
FIGURA 12: -VALOR (US\$) DAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS REPORTADO PELO BRASIL, ARGENTINA E MERCOSUL ENTRE 1995 E 2013.....	114
FIGURA 13 - VALOR (US\$) DAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS REPORTADO PELA VENEZUELA E URUGUAI ENTRE 1995 E 2013.....	115
FIGURA 14 - VALOR (US\$) DAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS REPORTADO PELO PARAGUAI ENTRE 1995 E 2013.....	116
FIGURA 15 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO (Valor em US\$) DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DO BRASIL PARA A ARGENTINA, DO BRASIL PARA O MERCOSUL E DO BRASIL PARA O MUNDO EM 2013.....	118
FIGURA 16 - EXPORTAÇÃO DE MOTORES DO BRASIL PARA A ARGENTINA ENTRE 1995 E 2013.....	122
FIGURA 17 - EXPORTAÇÃO DE MOTORES DA ARGENTINA PARA O BRASIL ENTRE 1995 E 2013.....	122
FIGURA 18 - EXPORTAÇÃO DE MOTORES DE CILINDRADA MAIOR QUE 250 cm ³ E MENOR OU IGUAL A 1.000 cm ³ DO BRASIL PARA A ARGENTINA, 1994–2013.....	123
FIGURA 19 - EXPORTAÇÃO DE MOTORES DE CILINDRADA MAIOR QUE 1.000 cm ³ DO BRASIL PARA A ARGENTINA, 1995–2013.....	123

FIGURA 20 - EXPORTAÇÃO DE CAIXAS DE MARCHAS DO BRASIL PARA A ARGENTINA, 1995–2013.....	124
FIGURA 21 - EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS DE PASSAGEIROS DA ARGENTINA PARA O BRASIL, 1997–2013.....	125
FIGURA 22 - EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS DE PASSAGEIROS COM MOTORES DE CAPACIDADE ACIMA DE 3.0 DA ARGENTINA PARA O BRASIL, 1997–2014.....	126
FIGURA 23 - EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS DE PASSAGEIROS COM MOTORES DE CAPACIDADE > 1.0 E ≤ 1.5 DO BRASIL PARA O URUGUAI, 1995–2013.....	127
FIGURA 24 - EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS DE PASSAGEIROS COM MOTORES DE CAPACIDADE > 1.5 E ≤ 3.0 DO BRASIL PARA O URUGUAI, 1995–2013.....	127
FIGURA 25 - EXPORTAÇÃO DE CAIXAS DE MARCHAS DO BRASIL PARA A VENEZUELA, 1995–2013.....	128
FIGURA 26 - EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DO BRASIL PARA A VENEZUELA, 1995–2014.....	128
FIGURA 27 - VALOR DAS EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DO MERCOSUL PARA A UE-15, 1995–2013.....	133
FIGURA 28 - VALOR DAS EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DO MERCOSUL PARA O NAFTA, 1995–2013.....	135
FIGURA 29 - FLUXO DE EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DO BRASIL PARA O NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$).....	136
FIGURA 30 - FLUXO DE EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DA ARGENTINA PARA O NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$).....	136
FIGURA 31 - FLUXO DE EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DO URUGUAI PARA O NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$).....	137
FIGURA 32 - FLUXO DE EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS DA VENEZUELA PARA O NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$).....	137
FIGURA 33 - VALOR E VOLUME DAS IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES DECLARADOS PELA ALEMANHA NO COMÉRCIO BILATERAL COM A ARGENTINA EM 1995, 2000, 2005, 2010 E 2013.....	155
FIGURA 34 - VALOR E VOLUME DAS IMPORTAÇÕES DE PARTES E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES DECLARADOS PELA ALEMANHA NO COMÉRCIO BILATERAL COM O BRASIL EM 1995, 2000, 2005, 2010 E 2013.....	155
FIGURA 35 - EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 DO BRASIL PARA A UE-15, 1995–2013.....	166
FIGURA 36 - EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, DO MERCOSUL PARA A UE-15, 1995–2013.....	168
FIGURA 37 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 3.0 DO BRASIL PARA O MUNDO, 1995–2013.....	181
FIGURA 38 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 3.0 DA ARGENTINA PARA O MUNDO, 1995–2013.....	182
FIGURA 39 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 DO BRASIL PARA O MUNDO, 1995–2013.....	184

FIGURA 40 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES NÃO EXCEDENDO 1.0 DA ARGENTINA PARA O MUNDO, 1995–2013.....	184
FIGURA 41 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, DO BRASIL PARA O MUNDO, 1995–2013.....	185
FIGURA 42 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.0, PORÉM NÃO EXCEDENDO 1.5, DA ARGENTINA PARA O MUNDO, 1995–2013.....	185
FIGURA 43 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, DO BRASIL PARA O MUNDO, 1995–2013.....	186
FIGURA 44 - FLUXOS DE EXPORTAÇÃO DE AUTOMÓVEIS COM MOTORES ACIMA DE 1.5, PORÉM NÃO EXCEDENDO 3.0, DA ARGENTINA PARA O MUNDO, 1995–2013.....	187

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - IPI NA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA BRASILEIRA.....	64
---	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
1. UPGRADING INDUSTRIAL: UMA ABORDAGEM ALTERNATIVA	30
1.1. <i>Global Commodity Chains</i> (GCCs)/Cadeia Global de Commodities (CGCs)	31
1.2. <i>Global Value Chains</i> (GVCs)/Cadeias Globais de Valor (CGV)	33
1.3. <i>Global Production Networks</i> (GPNs)/Redes Globais de Produção (RGP)	35
1.4. <i>Upgrading</i> industrial: algumas aproximações teóricas	39
1.5. A discussão de <i>upgrading</i> e <i>upgrading</i> industrial e sua difusão no Brasil e na Geografia brasileira	48
1.6. Mensurando <i>upgrading</i> industrial: método e procedimentos	50
2. MERCOSUL: REGIME AUTOMOTIVO E LOCALIZAÇÃO DAS UNIDADES INDUSTRIAIS	58
2.1. Países membros, estrutura institucional e normas de funcionamento	58
2.2. Políticas industriais, leis e incentivos do regime automotivo	60
2.3. Localização e concentração espacial da indústria automobilística: a discussão sobre os fixos	66
2.4. Brasil, Argentina e Venezuela: os principais territórios da indústria automobilística	69
2.5. A participação dos países do MERCOSUL na produção mundial de autoveículos	84
3. COMÉRCIO: ANALISANDO OS FLUXOS	95
3.1. A demanda por produtos automotivos nos mercados internacionais	96
3.2. A oferta de produtos automotivos nos mercados internacionais	104
3.3. As pautas de importação e exportação das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL	117
4. UPGRADING OU DOWNGRADING NO MERCOSUL?	130
4.1. Desempenho das indústrias automobilísticas do MERCOSUL nos mercados internacionais: uma análise a partir dos altos níveis de agregação de mercadorias	130
4.2. Os níveis de competitividade	142
4.3. As trajetórias de <i>upgrading</i> e <i>downgrading</i>	160
CONSIDERAÇÕES FINAIS	191
REFERÊNCIAS	198

INTRODUÇÃO

Durante as duas últimas décadas, a globalização da produção de autoveículos¹ e autopeças, associada à abertura dos mercados internacionais e à integração regional, permitiu que vários países se inserissem na produção mundial e no comércio internacional de produtos automotivos. Nesse sentido, o setor automobilístico brasileiro passou a se (re)inserir de forma mais efetiva no processo de globalização e, principalmente, na produção e comercialização de produtos automotivos, demonstrando a importância do país e do setor na rede global de produção de autoveículos na atualidade.

As recentes reduções do IPI (Impostos sobre Produtos Industrializados) e a aceitação de autoveículos importados do Uruguai com baixíssima taxa de conteúdo regional (35%) fazem com que o Brasil venha exercendo um papel fundamental na organização espacial da indústria no MERCOSUL², tanto para concentrar as unidades de produção como para permitir que as montadoras se localizem em outros países do bloco.

No primeiro caso, o da concentração espacial, o Brasil busca atrair novas unidades industriais por meio da redução de impostos e da implantação de medidas que oferecem incentivos fiscais às montadoras. No segundo, permite a desconcentração espacial da produção, que ocorre devido a uma série de fatos e motivações que extrapolam até mesmo a esfera de ação dos governos.

Entre esses fatos, podemos citar os casos em que as diferenças salariais entre países e a proximidade das montadoras em relação aos principais mercados dentro de uma mesma região são consideradas variáveis importantíssimas para que uma montadora tome a decisão de promover, ou não, a desconcentração espacial de algumas de suas atividades no interior de blocos econômicos, tal como ocorre no MERCOSUL. Esses são alguns dos casos tratados por Chesnais (1996) quando este se refere à flexibilização da produção nas vastas zonas econômicas (por exemplo, NAFTA, UE, MERCOSUL etc.) “que combinam as vantagens de livre circulação de mercadorias” (ibid, p.129).

Existe ainda a possibilidade de considerarmos essa desconcentração espacial da produção como resultado do crescimento do mercado interno. Isso possibilita que as

¹ A definição de autoveículos utilizada nesse trabalho se refere à adotada pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), segundo a qual os autoveículos correspondem aos automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus.

² MERCOSUL é o termo utilizado para se referir ao Mercado Comum do Sul, um bloco regional de comércio instituído por meio da assinatura do Tratado de Assunção, firmado em 1991. Inicialmente, o bloco era formado por apenas quatro Estados-partes: Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai. Em 2016, cinco Estados-partes fazem parte do bloco: os quatro da formação original mais a Venezuela.

montadoras tenham relativamente maior flexibilidade na escolha de localização e distribuição espacial de suas atividades dentro do bloco. Outro aspecto importante diz respeito às economias de aglomeração, que favorecem o estreitamento de relações entre firmas e estimulam o surgimento das externalidades, que podem gerar benefícios tanto para firmas localizadas no território brasileiro como para firmas localizadas em outros Estados-partes do MERCOSUL.

Sem dúvida, o Brasil se tornou um dos países mais privilegiados na atração e implantação de novas unidades industriais e novos investimentos estrangeiros durante as últimas duas décadas. Contudo, a importância da indústria automobilística no MERCOSUL não se restringe apenas à capacidade do setor automobilístico brasileiro de atrair investimentos e fábricas das montadoras e organizar territorialmente a produção de autoveículos dentro do bloco.

Embora a relevância da indústria automobilística brasileira seja evidente, as empresas que fazem parte das redes globais de produção de autoveículos e autopeças atuam, de fato, no âmbito regional ou macrorregional. Por isso, qualquer análise que fizesse uso da perspectiva das cadeias globais de valor ou redes globais de produção, considerando, no entanto, apenas a análise das relações na escala dos Estados-nações, seria relativamente limitada.

Além disso, o Brasil, juntamente com Argentina e, em menor grau, Venezuela e Uruguai, está entre os principais territórios e mercados da indústria automobilística no mundo, nos quais as montadoras visualizam suas melhores perspectivas de expansão, localização de novas unidades industriais e implantação de suas estratégias de negócios³, sobretudo em escala macrorregional.

Neste contexto, a integração regional do MERCOSUL (FIGURA 1)- que em 2012 passou a integrar a Venezuela-, a tendência à liberalização do comércio e o aumento no número de relações de produção e comércio entre indústrias e territórios dentro do MERCOSUL demonstram que esse bloco regional de comércio oferece vários contextos a partir dos quais podemos analisar alguns dos principais eventos e transformações ocorridos no interior da geografia da indústria durante e, sobretudo, após 1990. Assim, embora seja possível reconhecer

³ Embora a análise busque apresentar a localização e distribuição espacial das unidades industriais das montadoras de autoveículos em todo o MERCOSUL, deve-se também assumir que uma de suas principais limitações consiste no fato de a presente análise não buscar compreender o porquê da concentração das unidades industriais nesses países relacionando tal concentração às estratégias das montadoras. Mesmo que nos dedicássemos a atender a essa necessidade, caberia ainda reconhecer que seria uma tarefa muito mais complexa e difícil, sobretudo se adotássemos uma perspectiva que dependesse da coleta de dados provenientes de entrevistas com diretores de empresas. Contudo, algumas análises podem fornecer ao leitor uma boa descrição acerca dessas relações (ver, por exemplo, MARIOTTO *et al.*, 2003; CARDOSO; COVARRUBIAS, 2006).

as mudanças ocorridas antes de 1990, o recorte temporal estabelecido para o desenvolvimento deste trabalho abrange o período entre 1990 e 2013.

FIGURA 1 - ESTADOS-PARTES DO MERCOSUL EM 2016



O MERCOSUL e o recorte temporal estabelecido para este trabalho são de particular interesse por diversas razões. Em primeiro lugar, o início da década de 1990 é comumente reconhecido com um novo marco no processo de liberalização da produção, do comércio e dos investimentos nos países do MERCOSUL. Brasil e Argentina, por exemplo, protegeram as suas indústrias nacionais durante quase meio século por meio de “políticas de substituição de importações” (DICKEN, 1998, p.334). No entanto, os governos nacionais flexibilizaram suas estruturas regulatórias e iniciaram uma longa onda de privatizações e abertura dos respectivos

mercados para o comércio internacional. Na Argentina, por exemplo, a abertura comercial ocorreu no final da década de 1980; já no caso brasileiro a abertura teve início na década de 1990.

De fato, a implementação dessas estratégias de desenvolvimento deu impulso à entrada de novas empresas multinacionais do setor automotivo e fortaleceu a presença das montadoras estrangeiras na produção de autoveículos nos países do MERCOSUL, especialmente no Brasil, na Argentina e na Venezuela. Atualmente, empresas norte-americanas, japonesas e principalmente europeias dominam o mercado interno e também os mercados de exportação.

Em segundo lugar, como resposta aos processos de globalização econômica, liberalização e integração regional verificados em outros continentes, alguns países da América do Sul passaram a promover políticas de desenvolvimento similares aos países da Europa, América do Norte e Ásia, e, conseqüentemente, adotaram uma perspectiva de maior integração macrorregional, resultando, em 1991, na formação do MERCOSUL. Isso permitiu a proliferação de acordos regionais de comércio (ARC) entre países membros e o estabelecimento de relações político-econômicas de grande importância para as montadoras de autoveículos e indústrias automobilísticas nacionais.

Em terceiro lugar, a partir da década de 1990, as montadoras presentes no MERCOSUL passaram a investir mais agressivamente na melhoria de unidades industriais mais antigas (*brownfield units*) e também na implementação de novas unidades industriais nos territórios da indústria no MERCOSUL. Esses investimentos abrangem desde a implantação de novas fábricas (as chamadas *greenfield units*) até a construção e ampliação de centros logísticos, centros de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), campo de provas, etc.

Além disso, deve-se recordar também que foi após a década de 1990 que os países do MERCOSUL passaram a se reinserir de forma mais efetiva nos mercados internacionais, por meio da produção, da distribuição e do comércio de autoveículos, peças e componentes automotivos, sugerindo que suas indústrias automobilísticas nacionais vêm relativamente melhorando seus níveis de competitividade e experimentando sucessivas trajetórias de *upgrading*.

Em um mundo globalizado e repartido em diversos mercados consumidores, é natural que os países busquem promover suas indústrias nacionais e incentivem o crescimento da economia por meio das exportações provenientes de suas firmas. Mas para que as indústrias possam se inserir em uma trajetória de *upgrading* industrial não basta que elas sejam competitivas e conquistem novos mercados, faz-se necessário também que elas consigam se

inserir em mercados internacionais onde o produto comercializado envolve maior valor agregado e/ou preços relativamente maiores do que os da concorrência.⁴

Mas o que é *upgrading*? Como a perspectiva do *upgrading* pode ser aplicada em análises geográficas, industriais e/ou de comércio exterior? E como chegamos à ideia de *upgrading* industrial e sua sistematização? Esses e outros questionamentos foram tratados anteriormente e de forma parcial em Alves (2011) e Smith e Alves (2012). Em ambas as oportunidades, os autores chegaram a conclusões importantes acerca dessa perspectiva e levantaram algumas hipóteses que foram analisadas no contexto das indústrias automobilísticas dos países do Centro e Leste-Europeus (CLE).

Todavia, considerando que a difusão e a utilização dessa literatura no interior da geografia brasileira são ainda muito incipientes, torna-se necessário dedicar um capítulo para esclarecer melhor a perspectiva de *upgrading* industrial adotada nesse trabalho e os conceitos e métodos que fundamentam essa aproximação analítica. Assim, a discussão sobre os conceitos relacionados ao *upgrading* industrial, suas origens dentro das abordagens teórico-metodológicas mais influentes, assim como a escolha do método de análise serão tratados no primeiro capítulo.

Ainda que seja possível dedicar o primeiro capítulo à análise dos conceitos e particularidades acerca da perspectiva do *upgrading* industrial adotada nesse trabalho, parece prudente apresentar agora, ainda que de forma sucinta, o conceito-chave e fio condutor da análise, o conceito de *upgrading* industrial. Assim como fora discutido em Smith e Alves (2012, p.27), *upgrading* industrial pode ser definido como um processo pelo qual as atividades industriais que ocorrem em unidades territoriais como Estados-nações ou economias regionais são capazes de melhorar sua posição nos mercados de exportação e se envolverem em segmentos de maior valor nas redes de produção globais (RPGs) e/ou cadeias globais de valor (GVCs).

Embora a noção de *upgrading* industrial pareça relativamente simples, veremos que concebê-lo conceitualmente e metodologicamente trata-se de uma tarefa um pouco mais complexa, interdisciplinar e multidimensional. Exemplos de trabalhos que tentaram realizar essa tarefa demonstraram a dificuldade de se trabalhar com os termos e os métodos (CRUZ-MOREIRA, 2003; KAPLINSKY; READMAN, 2005; SMITH; ALVES, 2012). Outras observações importantes também devem ser consideradas em relação à dificuldade na obtenção de dados (MARIOTTO *et al.*, 2003) e sistematização dos resultados ao nível de firma

⁴ Assim, preços relativamente maiores refletem a capacidade de as firmas e indústrias ofertarem produtos de melhor qualidade em relação aos demais competidores.

(PAVLÍNEK; ZENKA, 2011), à capacidade de capturarmos as relações de poder e barganha entre as firmas e também à capacidade de identificarmos as barreiras construídas pelos grandes capitais dentro das redes globais de produção.

Gereffi e Korzeniewicz (1994) enfatizam que essas barreiras são de particular importância principalmente quando se trata de setores industriais nos quais as empresas multinacionais desempenham um papel significativo no controle da produção, tais como no setor automotivo. Gereffi denominou esse tipo de controle ou governança, dirigida por aquelas firmas que têm controle sobre o processo de produção das mercadorias, “*producer-driven commodity chains*” (ibid, p. 97).

Durante as etapas mais recentes no processo de globalização, muitos países conseguiram superar algumas dessas barreiras, principalmente no tocante ao processo de produção. Isso se deve, ao menos em parte, aos processos de fragmentação da produção e integração dos países por meio do comércio, conforme avalia a obra de Feenstra (1998). Com a fragmentação da produção, as montadoras passaram a buscar novos locais para a implantação de suas unidades industriais e novas estratégias foram idealizadas objetivando maior integração entre as diferentes partes da rede das montadoras.

Nesse contexto, algumas contribuições de Fischer (2008) nos iluminam muito ao analisarmos termos como “disjunção funcional”, que reflete a ideia de separação, aquisição e comando de determinadas funções dentro de sistemas econômicos mais amplos, que envolvem e conectam diversos países e indústrias por meio da produção, da distribuição e do comércio de produtos. Isso vem permitindo que as montadoras produzam seus produtos em unidades industriais localizadas em territórios distintos e mais economicamente viáveis, exercendo funções delimitadas e integradas às redes da montadora.

Sem dúvida, há que se considerar também a influência de outros eventos que passaram a impactar de forma distinta economias regionais, firmas, trabalhadores, instituições etc., tais como o surgimento de regimes pós-fordistas de acumulação de capital (por exemplo, *just-in-time* e *lean production*). Esses regimes mudaram significativamente a organização da produção por meio da introdução da flexibilidade e eficiência no processo produtivo, da produção sustentável, da constante busca pela melhoria na qualidade dos produtos produzidos, do planejamento da demanda para atender à quantidade de forma adequada, do desenvolvimento de pesquisas visando avaliar e promover a capacidade inovadora, o desenvolvimento tecnológico e a articulação internacional das firmas e dos territórios que participam da economia mundial. Assim, muitas firmas e indústrias novamente se depararam com o desafio de incorporar os novos regimes para sobreviverem em suas áreas de atuação.

De qualquer forma, esses fenômenos desencadearam uma série de oportunidades para que vários países pudessem inserir as suas indústrias em fluxos de valor provenientes das redes ou cadeias globais que operam no setor automobilístico mundial. Como consequência, isso permitiu que países como Brasil, Argentina, China, Índia etc. desenvolvessem suas capacidades em atividades industriais e, em particular, nas esferas da produção. Assim, de acordo com Kaplinsky (2000, p.123), “muitas das barreiras existentes no processo de produção foram derrubadas”, porém, ao mesmo tempo, esse processo gerou pressões competitivas cada vez mais fortes nesse nó da cadeia global de valor.

Portanto, quanto mais e mais países se inserem na rede global de produção de autoveículos e autopeças e aumentam a sua participação na produção e comercialização mundial desses produtos, torna-se cada vez mais necessário que os países e suas respectivas indústrias melhorem a capacidade de inovar, produzir produtos com melhor qualidade e maior valor adicionado caso queiram permanecer competitivos na economia mundial. É essa capacidade de melhorar os níveis de competitividade e *upgrading* em produtos e processos que nos leva diretamente à hipótese abordada neste projeto, ou seja, o *upgrading* industrial como um passo necessário para avaliar e promover o desenvolvimento das indústrias, bem como estimular o crescimento econômico e o desenvolvimento regional.

É como base nesses contextos atuais de globalização, abertura econômica, integração regional e intensa competição envolvendo os países do MERCOSUL no processo de globalização da produção de autoveículos e autopeças que este trabalho se apresenta, tendo como objetivo analisar a participação dos países do MERCOSUL nesse processo e, principalmente, avaliar o desempenho de suas respectivas indústrias automobilísticas nacionais na produção mundial e no comércio internacional de produtos automotivos durante as últimas décadas.

Com base nessas considerações, parte-se da hipótese de que a globalização da produção na indústria automobilística, associada à inserção e crescente participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na produção mundial e no comércio internacional de autoveículos, vem permitindo que essas se reposicionem nas cadeias globais de valor e melhorem seus níveis de competitividade e *upgrading* industrial.

Concomitantemente, não há como deixar de considerar que o trabalho também envolve uma grande parcela de reflexão sobre a própria perspectiva das Cadeias Globais de Valor e os métodos utilizados até agora na literatura que trata do *upgrading* industrial. No que concerne a utilização da perspectiva das Cadeias Globais de Valor, procurar-se-á fazer ainda uma consideração acerca de como as relações de comércio pronunciadas como globais acabam por

ressaltar o caráter regional envolvendo o setor automobilístico no MERCOSUL. Já em relação à análise, procura-se avaliar também em que medida o uso das estatísticas de comércio internacional e das variáveis aqui utilizadas nos permitem obter *insights* e chegar a conclusões importantes ao refletirmos, analisarmos e mensurarmos trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* industrial.

A partir dessas considerações, cabe ponderar inicialmente sobre a necessidade de atender a alguns objetivos específicos. Ou seja, compete coletar e organizar dados e ideias e reuni-los de forma que torne possível, passo a passo, agregar elementos que permitam realizar algumas proposições complementares relacionadas ao objetivo principal deste trabalho. Da mesma forma, torna-se indispensável conduzir também uma análise envolvendo uma série de questões que abrangem atividades ligadas à produção, à distribuição e ao comércio de produtos automotivos. Assim, a análise considera os seguintes objetivos específicos:

- 1) examinar as principais vertentes teóricas e analíticas que tratam da ideia de *upgrading* industrial e discutir os conceitos e as metodologias aplicados à análise do *upgrading* industrial;
- 2) compreender como está organizado e composto atualmente o MERCOSUL e identificar as principais leis, acordos e políticas industriais para o setor automobilístico;
- 3) investigar e apresentar a atual organização espacial da produção de autoveículos no MERCOSUL e discutir algumas das principais transformações ocorridas na geografia da indústria antes de e, sobretudo, após 1990;
- 4) avaliar a participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na produção e no comércio de produtos automotivos;
- 5) mensurar os níveis de competitividade dessas indústrias nos mercados internacionais e avaliar suas respectivas trajetórias de *upgrading* ou *downgrading*.

Observando-se a complexidade dos fenômenos que foram discutidos até agora e percebendo o desafio proposto pelos objetivos mencionados acima, torna-se evidente que a análise necessita normatizar e definir os termos aqui utilizados. Santos (1999a, p.8) já alertava sobre a importância de se esclarecer e oferecer, logo de início, “os termos do debate” que serão discutidos. Assim, torna-se necessário definir mais claramente o que se entende por território, fluxos e *upgrading*. A discussão sobre o conceito de *upgrading* necessita de uma reflexão mais profunda que, conforme mencionado, será conduzida na seção seguinte, no desenvolvimento do primeiro capítulo desta obra. Seguimos, por enquanto, apresentando os conceitos de

território e fluxos, além de outros que seguramente aparecerão no texto de forma implícita e, às vezes, explícita.

O conceito de território é fundamental e para os propósitos estabelecidos neste trabalho duas dimensões distintas podem ser destacadas⁵: a dimensão política e a dimensão econômica. Sob o ponto de vista da dimensão política, território diz respeito às unidades territoriais, como países, estados, províncias, cidades, ou economias regionais (por exemplo o MERCOSUL) de caráter jurídico-político, “através do qual se exerce um determinado poder, na maioria das vezes — mas não exclusivamente — relacionado ao poder político do Estado” (HAESBAERT, 2009, p.40).

Já a dimensão econômica se refere ao território das indústrias nacionais, enfatizando, sobretudo, “a dimensão espacial das relações econômicas” (ibid). Aqui, o uso do termo não está estritamente vinculado à noção política de território, mas sim ao seu caráter econômico, no sentido de que as empresas territorializam o espaço em que atuam. Essa territorialidade, por sua vez, pode ser observada tanto “através das diferentes formas de apropriação de parcelas do território por parte das montadoras” (FIRKOWSKI, 2007, p.50) como pelas relações de poder, influência e barganha exercidas pelas empresas em relação aos governos, sindicatos, trabalhadores etc.

Assim, a perspectiva de territorialidade a ser desenvolvida neste trabalho revela o caráter relacional entre agentes e as maneiras como eles estão inseridos e integrados funcionalmente dentro de uma rede de produção de mercadorias nos diferentes lugares em que atuam. Nessa perspectiva, o conceito de territorialidade insere as firmas em um contexto de interação e movimento com os demais agentes e sujeitos do território e, portanto, nos possibilita pensar em territorialidade de forma muito associada à noção de rede, que iremos analisar um pouco mais adiante.

De tal modo, o conceito de território, na sua dimensão econômica, também se relaciona com aquele utilizado por Firkowski (2007, p.50), que o considera como “uma porção do espaço marcado pela presença da empresa automobilística”, onde a localização das montadoras e os *linkages* estabelecidos entre elas e seus fornecedores constituem um mesmo território.

⁵ É importante destacar que existem várias dimensões (como a cultural, a política, a econômica etc.) e análises que podem ser conduzidas à luz do conceito de território, porém, a análise aqui conduzida se limita apenas à dimensão econômica que o termo abrange, uma vez que a dimensão política é pouco discutida. É certo que as políticas industriais impõem legislações específicas às atividades econômicas nos diversos lugares, e algumas dessas políticas são mencionadas neste trabalho. Mas, ainda sim, essas são pouco discutidas ao longo do texto, deixando uma lacuna considerável e que precisa ser reconhecida quando se trata de considerar a dimensão política do território.

A utilização desse conceito de território se justifica pela possibilidade de permitir adotar um *approach* que não está confinado somente à escala subnacional ou à escala dos Estados Nacionais e tampouco limitada somente à dimensão política ou econômica que o termo abrange. Ao adotar esta estratégia multiescalar e multidimensional é possível considerar que, conforme afirmam Storper e Walker (1989, p.183), “um tecido de lugares relacionados com algumas conexões coerentes pode constituir o território de uma indústria”, simplesmente pelo fato de indicar interação funcional e espacial em vez de espaços geográficos estritamente delimitados.

Assim, a definição de território adotada neste trabalho permite analisar não só a dimensão espacial dessas relações, mas também as diferentes localidades e os principais agentes (governos, empresas, instituições etc.) que atuam na aquisição de funções, na divisão do poder e na organização espacial das indústrias. Tal definição permite ainda analisar essas dinâmicas territoriais a partir da ideia de “circuitos espaciais de produção”, desenvolvida em análises como as de Santos (1986), Santos e Silveira (2001), Arroyo (2001; 2012) e Bomtempo e Sposito (2012).

Os circuitos espaciais da produção são constituídos a partir de uma atividade produtiva que possibilita vinculações desde as etapas iniciais na produção e distribuição de uma mercadoria até o seu consumo e destino final, conectando e integrando as diferentes partes do circuito. Conforme Santos (1986, p.127), tais vinculações podem ocorrer por meio de “relações técnicas e/ou econômicas e podem ainda ser classificadas como ascendentes ou descendentes”. Tais inspirações também nos relembram das ideias de *forward* e *backward linkages*, também muito utilizadas na sociologia econômica e nas literaturas que tratam do empreendedorismo e da gestão de negócios.

De acordo com a perspectiva dos circuitos espaciais de produção, admite-se que existem diferenças significativas entre empresas e territórios no que diz respeito aos níveis de conhecimento, habilidade e funções que desempenham. Tais diferenças surgem e se desenvolvem devido às especializações adquiridas por cada um desses territórios e empresas dentro dos setores em que atuam. Assim, seria possível imaginar que as relações entre os territórios existem porque chegam até eles (e partem deles) insumos, técnicas, pessoas etc. que são provenientes de outras localidades, com determinadas especializações e domínios tecnológicos.

A teoria dos circuitos espaciais de produção seria aplicável nesta análise se considerássemos apenas as variáveis “interação funcional” e “interação espacial”. Contudo, além das variáveis a serem analisadas, há que se pensar também nos tipos de circuitos espaciais

de produção e nos critérios que definem os diversos circuitos. Barrios⁶, citada por Santos (1986, p.122), define esses critérios afirmando que “uma atividade pertencerá a um dado circuito quando seu insumo principal provier da fase anterior do mencionado circuito, caso contrário, considera-se que a partir desse ponto se desenvolve outro circuito, que deve ser analisado separadamente”.

Portanto, ao considerarmos o critério estabelecido originariamente por Barrios, podemos assumir que a utilização dos circuitos espaciais de produção seria inadequada para a condução da análise. O problema, assim se sugere, estaria na definição do insumo principal da indústria automobilística. Qual, entre tantos, seria o insumo mais representativo? O ferro? O plástico? A borracha?

Talvez até pudéssemos privilegiar um insumo em detrimento de outros para tentar fazer uso da teoria dos circuitos espaciais nesta análise, porém, é certo que isso traria também sérios desafios e implicações de ordem teórica e metodológica envolvendo, em particular, a teoria dos circuitos espaciais. Todavia, como o escopo dessa análise é distinto, faz-se necessário abdicar dessa discussão em favor da adoção de uma análise que nos permita compreender as relações no espaço geográfico como um conjunto de “fixos” e “fluxos”. Retornaremos a esses conceitos um pouco mais adiante. Vamos discutir agora outro conceito importante nesta análise, o conceito de rede.

O conceito de rede é importante neste trabalho porque possui forte relação com as dimensões do território analisadas anteriormente, sobretudo no que se refere à dimensão econômica. A dimensão econômica pode ser revelada, neste caso, pelas interações funcionais e espaciais envolvendo as diferentes partes das redes e pela territorialidade exercida pelas empresas dentro da cadeia global de valor.

A acepção dada às redes se refere ao caráter multiescalar e à natureza relacional da maneira como a produção, distribuição e consumo de produtos e serviços estão organizados e conectados no espaço. Nesse sentido, a ideia de redes utilizada neste trabalho se apropria daquela proposta por Coe *et al.* (2008a), que as consideram “inerentemente dinâmicas... e que estão sempre em um processo de transformação... algumas têm vida longa, outras são efêmeras, algumas são geograficamente extensas, outras são mais geograficamente localizadas” (ibid, p. 272).

Da mesma forma, o conceito de rede se aplica também à estrutura interna e organizacional das firmas, porque elas são organizadas e hierarquizadas de acordo com as

⁶ BARRIOS, S. A. Dinámica social y espacio. In: **Metodología para el diagnóstico regional**. Caracas: Cendes, 1978.

relações de poder estabelecidas dentro das próprias estruturas organizacionais da firma e nos diferentes territórios e mercados em que atuam. De acordo com a avaliação de Arroyo (1998, p.19), é possível considerar que as firmas são, de fato, “empresas-redes”⁷ ou, ainda, “redes dentro de redes”, conforme consideram também Dicken e Malmberg (2001).

Embora seja possível reconhecer, juntamente com Dicken e Malmberg (2001, p.355), que “as firmas são também territórios”, no sentido de que elas possuem uma extensão territorial (por exemplo, a área delimitada nas quais elas realizam as suas operações, a área de mercado em que atuam, a área de atração de trabalho e emprego que proporcionam etc.), elas também estão inseridas em configurações geográficas e institucionais distintas, configurando uma mesma rede. Nesse sentido, “para algumas funções da firma o território pode ser intensamente local, mas para outras o território pode se aproximar do global” (DICKEN e MALMBERG, 2001, p.355).

Sem dúvida, os interesses dos agentes (como firmas, associações de comércio, organizações financeiras etc.) podem ser distintos dos interesses dos governos e das instituições, dependendo inclusive da origem e do grau de enraizamento que possuem em relação aos territórios onde atuam. De acordo com Santos (1999b, p.215), “as redes são um veículo de um movimento dialético que, de uma parte, ao Mundo opõe o território e o lugar; e de outra parte, confronta o lugar ao território tomado como um todo”. Daí surge a necessidade de capturarmos o movimento e analisarmos a composição das redes, a interação entre os agentes e lugares envolvidos, as estruturas existentes, as relações estabelecidas, o exercício do poder, a difusão da informação e do conhecimento etc.

Portanto, embora seja possível conceber os territórios, os circuitos espaciais de produção e as redes como elementos que refletem um certo dinamismo e uma capacidade de interação e movimento, o trabalho parte inicialmente da análise daquilo que reconhecemos e observamos imediatamente como elementos fixos nos territórios, ou seja, as unidades industriais produtoras e/ou montadoras de autoveículos.

Os fixos podem ser considerados como “coisas fixas” (SANTOS, 1997, p.77) ou estruturas fixas presentes nos territórios. As fábricas produtoras e/ou montadoras de autoveículos são representantes significativos da presença dos fixos em nossa análise, todavia, seria também possível considerar a importância dos portos, aeroportos e postos aduaneiros etc. Já para os fluxos, que indicam movimento e interação, temos a circulação de produtos e valores entre os países, próprios das análises relacionadas ao comércio exterior. Assim, fica evidente

⁷ Citado por Santos e Silveira (2001, p.163).

que a análise aqui conduzida é também influenciada pela ideia de fixos e fluxos, desenvolvidas em trabalhos como o de Santos (1997), Smith *et al.*, (2002) e Arroyo (2012).

Além disso, pode-se dizer também que a análise faz uso de uma variedade de termos e literaturas necessários para a compreensão dos fenômenos que aqui estão sendo discutidos. Assim, ao apresentar alguns dos principais elementos acerca dessas literaturas e da acepção dada aos termos aqui utilizados, busca-se também fornecer algumas das possíveis interpretações a serem empregadas na leitura e compreensão de “A indústria automobilística nos países do MERCOSUL”. Antes de iniciar as discussões e análises com o uso desses conceitos e literaturas, porém, é importante esclarecer um pouco mais sobre a estrutura e composição do trabalho.

O trabalho está subdividido em quatro capítulos, além desta seção introdutória. O primeiro capítulo tem o objetivo de analisar e discutir os conceitos relacionados ao *upgrading* industrial, suas origens dentro das abordagens teórico-metodológicas mais influentes, o método e os procedimentos metodológicos utilizados. O segundo capítulo trata do recorte escalar do MERCOSUL, dos países que compõem atualmente esse bloco regional de comércio e as políticas industriais voltadas para o setor automobilístico. Esse capítulo também dá início à análise dos dados estatísticos e se dedica à investigação da presença de unidades industriais (os fixos) voltadas à produção e/ou montagem de autoveículos no MERCOSUL. O objetivo é observar possíveis cenários de concentração espacial da indústria nos territórios nacionais e também na macroescala do MERCOSUL. Esse capítulo também é importante porque analisa e revela os principais territórios da indústria automobilística no MERCOSUL, com particular atenção ao recorte espacial proposto para a análise da produção e/ou montagem de autoveículos.

O terceiro capítulo também tem caráter investigativo e analisará a oferta de — e demanda por — produtos automotivos nos mercados internacionais. Aqui, os fluxos de comércio envolvendo os países do MERCOSUL serão analisados e as pautas de importação e exportação de suas respectivas indústrias automobilísticas também serão tratadas. O quarto e último capítulo (“*Upgrading* ou *Downgrading* no MERCOSUL?”) avaliará o comportamento das variáveis selecionadas para a análise do *upgrading* industrial e apresentará os dados que possam sugerir que as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL melhoraram seus níveis de competitividade e *upgrading* industrial. Finalmente, nas considerações finais, a hipótese lançada anteriormente no texto será discutida, algumas considerações mais gerais serão feitas e outros questionamentos serão apontados com o objetivo de servir como um ponto de partida para pesquisas que venham a se dedicar à análise das questões e perspectivas tratadas à luz dos argumentos considerados neste trabalho.

Capítulo I

UPGRADING INDUSTRIAL: UMA ABORDAGEM ALTERNATIVA

Este capítulo busca apresentar e analisar a perspectiva do *upgrading* e *upgrading* industrial, apresentando suas origens, conceitos fundamentais, principais teóricos e suas áreas de atuação, bem como os enfoques e metodologias mais utilizadas acerca desse tema. Esse é o primeiro objetivo específico a ser contemplado na análise.

Iniciaremos esta discussão partindo da apreciação de diversas perspectivas analíticas e debates que favoreceram a elaboração de conceitos e metodologias necessários para a análise do *upgrading* industrial. Em seguida, discutiremos a origem dos conceitos de *upgrading* e *upgrading* industrial e examinaremos as principais tentativas de sistematizar *upgrading*. O capítulo será concluído com uma última discussão, que trata de problemas relacionados à construção do método e escolha das variáveis, bem como de algumas considerações envolvendo os principais procedimentos metodológicos adotados no trabalho.

Compreender como a organização espacial de determinadas atividades econômicas influenciam processos sociais e econômicos em contextos locais, regionais e globais não é uma tarefa trivial. Da mesma forma, compreender a importância da relação global-local implica refletir sobre o papel desempenhado pelos lugares no cenário mundial, mas não sob um ponto de vista estático. Precisamos compreender essa relação de forma dinâmica, buscando capturar o movimento. Assim, a tarefa consiste em desvendar não somente onde e como os lugares estão inseridos dentro do espaço global, mas também explorar as relações estabelecidas por esses lugares e a maneira como, por meio da participação em determinadas atividades econômicas, podem obter melhorias sociais e econômicas e se beneficiarem da relação local-global.

Durante as duas últimas décadas, um vasto e multidisciplinar corpo de literatura ressurgiu na tentativa de desvendar as complexidades da economia mundial e compreender melhor as mudanças ocorridas no interior das redes de produção, distribuição e comércio. Dentro desse campo multidisciplinar e vibrante, três perspectivas ou abordagens distintas de pesquisa tornaram-se particularmente importantes: a *Global Commodity Chains* (GCCs), desenvolvida por Gereffi e Korzeniewicz (1994), a *Global Value Chains* (GVCs), também de autoria de Gereffi e seus colaboradores, e a *Global Production Networks* (GPNs), aqui denominada simplesmente RGP (Redes Globais de Produção).

As origens dos modelos GCCs, GVCs e RGP têm forte relação com a Teoria do Sistema Mundial, desenvolvida pelo sociólogo Immanuel Wallerstein na década de 1970.

Contudo, apenas recentemente, incentivado pelos debates acadêmicos dedicados à análise dos processos de globalização econômica, seus repertórios teórico-conceituais e metodológicos foram estabelecidos e tornaram-se amplamente “adotados para o estudo da organização internacional das indústrias, tanto por parte de estudiosos das ciências sociais como pelas agências internacionais e organizações elaboradoras de políticas públicas e industriais.” (STAROSTA, 2010, p.544).

Essas abordagens (ou modelos analíticos) certamente dividem muitos interesses em comum, porém, suas aproximações conceituais se distinguem com o uso dos termos “cadeias” ou “redes”. Para se compreender como a abordagem do *upgrading* industrial pode ser sistematizada e utilizada na análise a ser conduzida neste trabalho faz-se necessário dedicar algumas linhas a uma tentativa de apresentação e discussão do enfoque escolhido por esses modelos analíticos e a contribuição conceitual e metodológica que cada um deles oferece para a análise do *upgrading* industrial.

Cabe notar, porém, que esses modelos analíticos surgiram e foram sendo aperfeiçoados em momentos distintos e, por isso, devem ser analisados de forma a respeitar a temporalidade dos eventos e as mudanças ocorridas no pensamento dos autores ao longo da formação desse campo do conhecimento que abrange várias disciplinas acadêmicas. Assim, inicialmente se discute a abordagem das GCCs, passando a seguir pela análise da perspectiva das GVCs e, finalmente, conclui-se com a discussão da perspectiva das RGP.

1.1. *Global Commodity Chains* (GCCs)/Cadeia Global de Commodities (CGCs)

Um dos precursores da análise das CGCs é o sociólogo economista Gari Gereffi. Gereffi desenvolveu o modelo das CGCs a partir de um estudo detalhado sobre a Teoria do Sistema Mundial e de uma releitura da noção de “cadeia produtiva” ou “cadeia de *commodities*”, elaborada inicialmente por Hopkins e Wallerstein (1986). Hopkins e Wallerstein⁸, citados por Gereffi e Korzeniewicz (1994, p.17), afirmam que cadeia produtiva ou cadeia de *commodities* “é uma rede de trabalho e processos de produção, cujo resultado final é um produto acabado”.

Os argumentos discutidos em Hopkins e Wallerstein (1986) podem também ser relacionados à ideia de circuitos espaciais de produção de Santos (1986), pois ambos indicam

⁸ HOPKINS, T.; WALLERSTEIN, I. 1986. *Commodity Chains in the World-Economy prior to 1800*. Review 10, 1:157-70.

que uma etapa crucial no processo produtivo e na transformação do produto foi realizada, indicando, assim, a abrangência e o limite do circuito espacial de produção ou, ainda, a participação de determinadas unidades de produção dentro das cadeias de *commodities*. A associação entre os termos pode ser facilmente observada, pois ambos se preocupam em capturar onde e de que maneiras as firmas se organizam no espaço e quais as implicações disso para o desenvolvimento econômico e regional. Para Hopkins e Wallerstein (1986, p.17), “todas as firmas ou unidades de produção recebem inputs e enviam outputs. A capacidade das firmas em transformar inputs que resultam em outputs é que as localiza dentro de uma cadeia de commodities (ou, frequentemente, dentro de múltiplas cadeias de commodities).”

Bair (2009) analisou com detalhes a abordagem das CGCs e sua interseção com outras vertentes analíticas e disciplinas acadêmicas. Segundo a autora, uma das maneiras para se tentar compreender as relações entre os atores e as atividades envolvidas na criação de produtos e serviços na economia mundial é tentar descrevê-las como *links* ou nós em uma cadeia de *commodities* (ibid, p.2). Essa é a principal característica e qualidade das CGCs. Gereffi e seus colaboradores sistematizaram suas análises na publicação de *Commodity Chains and Global Capitalism*, em 1994 (GEREFFI; KORZENIEWICZ, 1994). A partir desse trabalho uma vasta literatura surgiu para criticar ou mesmo para agregar conteúdo ao estudo das CGCs, permitindo que novos modelos surgissem e se desenvolvessem e, posteriormente, fossem discutidos em uma variedade de disciplinas acadêmicas.

A contribuição de Gereffi (e de seus colaboradores) é inegável e suas análises são fundamentais para qualquer apreciação que perpassasse pelos estudos da indústria e do comércio internacional. Seus trabalhos são influentes na Geografia, na Economia e na Sociologia, sobretudo por vincularem-se, atualmente, aos debates acerca do fenômeno da globalização. Contudo, empresas, gestores e sindicatos também utilizam seus pressupostos, conceitos e ideias para compreender e desempenhar melhor suas funções dentro dos sistemas produtivos nos quais estão inseridos.

Essas observações são importantes, uma vez que a capacidade de produzir e exportar produtos manufaturados tornou-se uma das políticas mais utilizadas por países que optaram por se industrializar a partir da década de 1970. Com o advento da globalização econômica, novas técnicas e modelos mais flexíveis de produção também surgiram e passaram a fazer parte das estratégias utilizadas pelas grandes corporações e empresas multinacionais. É nesse contexto que surge a Cadeia Global de *Commodities* (CGCs) ou GCCs.

Apesar de conter a palavra *commodities* em seu nome, CGCs é um modelo analítico que está longe de se limitar somente à análise das *commodities* frequentemente reconhecidas

como agrícolas e/ou minerais. Esse modelo é útil principalmente em análises industriais e debates envolvendo relações intra- e inter-firmas. É, portanto, uma área do conhecimento que tem se demonstrado como um terreno bastante fértil nas duas últimas décadas.

1.2. *Global Value Chains* (GVCs)/Cadeias Globais de Valor (CGV)

A perspectiva das Cadeias Globais de Valor (CGV) ou *Global Value Chains* (GVCs) tem origem nas análises realizadas segundo a perspectiva das cadeias de *commodities* e cadeias globais de *commodities* (CGCs), que foram discutidas anteriormente. Cadeia Global de Valor (CGV) é outro termo também cunhado pelo sociólogo e economista Gary Gereffi (e seus colaboradores). Gereffi desenvolveu as CGV a partir do refinamento do modelo da *Global Commodity Chains* (GCCs), criado também por ele na década de 1990 (GEREFFI; KORZENIEWICZ, 1994). O modelo das CGV possui aplicabilidade e poder explanatório realmente notáveis e seus conceitos e metodologias são comumente aplicados em análises sistêmicas.

Reconhecer a utilidade da perspectiva das CGV é importante porque, de fato, o modelo das CGV oferece instrumentos muito úteis para análises sistêmicas e, portanto, adequados para nossa abordagem, que inclui a ideia de redes e circuitos espaciais de produção. Em uma CGV existe uma série de atividades que são necessárias para levar um produto desde a sua concepção, passando pelo design, pela adição de matérias-primas e insumos intermediários, pelo marketing, pela distribuição e pós-venda, até a adequada disposição final de resíduos indesejados.

Como em outros modelos relacionados de análise, a CGV é um modelo que reconhece que a produção *per se* é apenas uma etapa em uma série de *links* em que o valor pode ser criado e agregado (KAPLINSKY, 2000). Em cada uma dessas etapas é possível encontrar oportunidades para criar e agregar valor ao produto, fazendo com que esse seja o maior objetivo a ser alcançado pelas empresas nos mais variados lugares em que essas atividades ou etapas ocorrem dentro de uma CGV.

A cadeia pode ser considerada “global” não devido ao fato de que suas técnicas de análise geralmente examinam os fluxos de comércio em direção aos países centrais, mas porque se reconhece, no contexto da globalização da produção e comércio de mercadorias, que as atividades de um setor industrial envolvem diferentes lugares, adicionando valor ao produto em cada uma das etapas ou nós envolvidos.

Na última década, a perspectiva da CGV tornou-se um modelo muito difundido entre gestores, empresas, sindicatos, instituições de ensino etc. É, de fato, uma base ou abordagem analítica que permite reconhecer que diversos lugares e atores dentro de uma CGV têm importância na economia mundial. Uma CGV possui três características fundamentais a serem consideradas: “1) a geografia *das atividades econômicas*; 2) como o poder é exercido e distribuído dentro da cadeia; e 3) o papel que as instituições desempenham na organização das relações de negócios e na localização das indústrias.” (STURGEON; GEREFFI, 2009, p.4, grifo nosso).

No entanto, embora a CGV ofereça uma perspectiva alternativa bastante útil na busca por respostas para perguntas que tratam da importância do papel desempenhado pelas indústrias na economia mundial, sua contribuição para a análise do desenvolvimento econômico é muito criticada por alguns estudiosos (ver, por exemplo, HENDERSON *et al.* 2002; COE; DICKEN; HESS, 2008a). Ao adotar a noção de “cadeia”, os críticos argumentam que o modelo da CGV possui uma visão muito linear e vertical dos sistemas de produção, o que acaba por obscurecer a complexidade de trajetórias e relações possíveis e a variedade de arranjos espaciais que extrapolam as limitadas dimensões física e territorial das empresas.

Houve, porém, uma evolução muito significativa e enriquecedora no pensamento dos organizadores da CGV a partir da década de 2000. Isso serviu para incorporar ao modelo, por exemplo, não só a presença mas também o reconhecimento da relevância que outros fatores e agentes possuem (como a força dos sindicatos, as particularidades dos contextos sociais, as instituições etc.) na dinâmica e na transformação das CGV. De acordo com a crítica, a importância desses fatores e agentes não estava muito explícita no projeto original do modelo das CGV. Mais tarde, os proponentes da CGV afirmaram, sem dúvida, que “história, instituições e contextos sociais e geográficos influenciam as maneiras nas quais firmas e grupos de firmas estão conectados na economia mundial” (GEREFFI *et al.*, 2005, p.82).

A reformulação do modelo das CGV, em 2005, introduziu uma nova tipologia com cinco tipos distintos de governança: mercado, modular, relacional, cativa e hierárquica. Essa tipologia foi bem recebida pela comunidade acadêmica e recebeu apreciações positivas também por parte dos críticos. Atualmente, a perspectiva da CGV tem ampliado suas pesquisas no sentido de oferecer análises e publicações que buscam demonstrar a aplicabilidade e as vantagens do uso da perspectiva das CGV.

Sob o ponto de vista do desenvolvimento, é possível mencionar iniciativas recentes como a noção de “desenvolvimento inclusivo” da cadeia de valor, uma iniciativa buscando a inclusão e o desenvolvimento de firmas locais na economia mundial por meio da participação

em CGV. Uma das possibilidades apontadas para promover essa inclusão é a adoção de estratégias e empreendimentos que incentivam a entrada de firmas locais nos mercados de exportação. A partir desse *starting point*, as possibilidades são inúmeras. Firms locais podem pensar em galgar seu caminho em degraus mais elevados dentro das CGV passando, por exemplo, de atividades mais rotineiras para atividades que exigem maior capacidade técnica e habilidades na produção de produtos com alta tecnologia e maior valor agregado.

1.3. Global Production Networks (GPNs)/Redes Globais de Produção (RGP)

Proveniente de experiências anteriores e do diálogo com outras disciplinas (como a Sociologia, a Economia e a literatura que trata da gestão de empresas e negócios), surgiu, em 2002, o modelo analítico das Redes Globais de Produção (RGP). A RGP é um modelo ou estrutura analítica alternativa para “a análise da integração econômica e sua relação com as assimetrias do desenvolvimento econômico e social” (HENDERSON *et al.*, 2002).

O modelo analítico das RGP foi elaborado e desenvolvido por geógrafos e pesquisadores da chamada Escola de Manchester, da Inglaterra. A criação e o desenvolvimento desse modelo só foram possíveis após um extenso diálogo e análise crítica das proposições feitas inicialmente por Gereffi e Korzeniewicz (1994), além de análises minuciosas de publicações posteriores realizadas nas perspectivas da *Global Commodity Chains* (GCCs), *Global Value Chains* (GVCs) e da *Actor Network-Theory* (Teoria Ator-Rede). Assim, a construção do modelo das RGP foi influenciada por uma variedade de conceitos, autores e escolas de pensamento.

Porter (1985, 1990), por exemplo, foi influente no resgate e na difusão da noção de “cadeia de valor”, utilizada atualmente tanto pela estrutura das RGP como pelas das GCCs e GVCs. Por objetivar a identificação dos principais atores em determinadas atividades econômicas e buscar realizar o mapeamento do fluxo de mercadorias no interior das (e entre) redes, o conceito francês de *filière* foi também reexaminado e contribuiu para a construção do modelo das RGP. Igualmente, a Teoria Ator-Rede agregou ao modelo o caráter relacional dos objetos e das agências, indicando que os entes em redes só podem ser compreendidos a partir de suas relações e sua conectividade com outros entes (LAW, 1999; HENDERSON *et al.*, 2002).

Dessa forma, e fazendo uso de categorias como valor, poder e enraizamento, o modelo das RPGs ou RGP analisa os problemas relacionados ao desenvolvimento regional, industrial e socioeconômico segundo a perspectiva das “redes”, enquanto os demais modelos discutidos

anteriormente utilizam predominantemente variações do termo “cadeia”. Uma distinção bem definida entre as noções de cadeia e rede é aquela que compreende a perspectiva da cadeia como um sistema no qual os processos de produção e distribuição são considerados verticais e lineares em vez de reconhecidos como complexos, intrincados e multidimensionais, conforme avalia a perspectiva das redes.

O modelo das RGP considera os prospectos para o desenvolvimento simultaneamente como um conjunto de processos relacionais ocorrendo dentro de redes localizadas em diferentes lugares e também como resultado das ligações entre os mais diversos atores, enraizados ou não, dentro dessas redes. Conforme Coe *et al.* (2004a, p.469) apontaram, “essas relações podem ocorrer com outras regiões dentro de um mesmo território, mas cada vez mais ocorrem em nível internacional.” No âmbito das firmas, uma análise que faz uso do modelo proposto por Coe, Henderson, Dicken, e outros, buscaria identificar, por exemplo, de que maneiras a participação das firmas locais nas RGP permitem ou criam oportunidades, por exemplo, para o *upgrading* industrial, para a geração de valor e renda, para o desenvolvimento da rede local de fornecedores e para a melhoria de salários e de condições de trabalho e o desenvolvimento profissional dos trabalhadores.

A base das RGP está claramente estruturada na análise dos sistemas ou redes de produção. Contudo, outras atividades também despertaram o interesse dos geógrafos da Escola de Manchester. Entre esses interesses é possível mencionar a análise da internacionalização de atividades ligadas ao varejo, como em aplicações realizadas por Coe *et al.*, 2004b; 2005, além de outras mais ligadas ao investimento direto estrangeiro e ao comércio internacional (YEUNG *et al.*, 2001). É necessário reconhecer que a análise do setor de serviços e de outras atividades ligadas à expansão geográfica do capital financeiro não receberam igual atenção nas discussões dentro da perspectiva das RGP.

Os três principais elementos conceituais que compõem as RGP como estrutura analítica são: o poder, o valor e o enraizamento. Smith *et al.* (2002) referem-se particularmente ao conceito de valor. Em particular, os autores enfatizam a importância de se analisar os fluxos desiguais de valor dentro e entre as regiões como um instrumento essencial para se compreender as desigualdades regionais e as mudanças geográficas na divisão do trabalho.

Na tentativa de compreender melhor essas mudanças e reconhecendo a importância da dimensão espacial das relações de forma bastante crítica em seu trabalho, Smith *et al.* (2002, p.42) argumentam que “a produção e fluxos de valor, associados com diferentes formas de atividade econômica, produção e troca de mercadorias em diferentes localidades fornece uma análise estrutural que permite compreender melhor a divisão do trabalho e suas mudanças”.

Entretanto, a crítica e a abordagem analítica propostas pelos autores permitem estender as análises para outros contextos similares, pois nos possibilitam analisar também a função e a reconfiguração espacial das redes de produção locais/nacionais no contexto de sua inserção em economias macrorregionais.

O conceito de “enraizamento” é parte essencial do modelo. Entretanto, ao contrário de outras definições anteriores desse termo em outras disciplinas, “enraizamento”, sob o ponto de vista de Hess (2004), refere-se à dimensão e às naturezas sociais de processos econômicos e suas respectivas manifestações no espaço. Em outras palavras, o termo “enraizamento” ressalta a importância da análise das “bases culturais e sociais dos sistemas econômicos.” (HESS, 2004, p.165).

O modelo das RGP ressalta ainda a territorialidade das redes de produção, o exercício do poder no interior dessas redes e a importância e influência dos processos e estruturas sociais, políticas e econômicas nas oportunidades de desenvolvimento nos níveis local, nacional e regional. Com o termo “territorialidade”, as RGP buscam saber como se constituem e são reconstituídos os arranjos econômicos, sociais e políticos dos lugares nos quais essas redes se localizam (HENDERSON *et al.*, 2002, p.446).

Grandes contribuições foram realizadas na perspectiva das RGP e uma variedade de terminologias e conceitos surgiu para discutir a organização espacial e o desempenho de firmas e indústrias, tais como os conceitos de *upgrading* e acoplamento estratégico. De qualquer forma, algumas áreas ainda se encontram pouco desenvolvidas na literatura das RGP. Esse é o caso, por exemplo, da análise do *upgrading* dos trabalhadores, considerada por vários autores como essencial para o desenvolvimento dos modelos das RGP, GCCs e GVCs nos moldes em que foram inicialmente elaborados (ver COE; JORDHUS-LIER, 2011; SELWYN, 2012). Dentre os questionamentos, busca-se responder: “para quem é o *upgrading*? Em que condições as firmas podem obter um *upgrade*? Os trabalhadores recebem os benefícios que o *upgrading* possibilita para supervisores, diretores de empresas e acionistas?” Contudo, iniciativas recentes em torno dos conceitos de melhoria social ou *upgrading* social têm tentado fazer progressos nesta área (BARRIENTOS; GEREFFI; ROSSI, 2011).

Em 2007, realizou-se o seminário “Redes Globais de Produção: debates e desafios”, nas dependências da Universidade de Manchester, na Inglaterra. Na oportunidade, foram discutidas algumas das principais lacunas relativas às pesquisas e aos conceitos desenvolvidos tanto na perspectiva das RGP como em outras análises provenientes da sociologia econômica e da literatura que trata do empreendedorismo e da gestão de negócios. Como resultado, sete

artigos surgiram e foram publicados em 2008 com o objetivo de revitalizar os debates em áreas ainda pouco desenvolvidas dentro da metodologia proposta pelas RGP (ver COE *et al.*, 2008b).

Em 2010, uma nova publicação surgiu com o objetivo de ampliar o diálogo e a interação com a literatura do “sistema mundial ou global de cidades” (COE, *et al.*, 2010). Embora tenha emergido no contexto de análise de cidades geralmente localizadas em países desenvolvidos, como pode ser observado nos trabalhos de Sassen (1991, 2000) e Scott (2001), a literatura das cidades globais exerce influência também em estudos realizados por pesquisadores localizados em países ditos “periféricos”, “subdesenvolvidos” e/ou “emergentes”. Contudo, até mesmo a própria análise de Coe *et al.* (2010) adverte sobre o perigo de aplicações automáticas desse tipo de análise em contextos sociais, institucionais e espaciais distintos.

O problema identificado pelos autores no desenvolvimento do modelo das RGP, em diálogo com a abordagem das cidades globais ou mundiais, é a suposição de que tais modelos (provenientes de países desenvolvidos e de autores inseridos em contextos muito diferentes em relação aos contextos, por exemplo, brasileiro, mexicano, paquistanês etc.) possam ser literalmente aplicados em cenários muito distintos e com particularidades que podem encontrar sérios obstáculos analíticos e empíricos no uso de tais modelos.

De acordo com as afirmações de Coe *et al.* (2010, p.142), “o campo acadêmico dos estudos urbanos e as redes de cidades mundiais precisam se tornar mais abertas”, para incluir outras realidades, e não simplesmente assumir a compra de conhecimentos e epistemologias estabelecidas em seus próprios contextos. Na visão dos próprios autores, isso limitaria a apreciação de modelos alternativos e que talvez fossem mais apropriados para cenários distintos em comparação com a realidade analisada em países desenvolvidos.

Embora os conceitos e as categorias utilizadas pelo modelo das RGP continuem sendo bastante explorados com grande relevância em análises sobre a indústria, o comércio e as regiões em vários países do mundo, as aplicações dessa análise em países sul-americanos ainda é pouco observável. Teórica e empiricamente, ao menos no Brasil, existe uma enorme lacuna em pesquisas acadêmicas que tratam do ou aplicam o modelo e os conceitos das RGP.

De fato, economistas, engenheiros e sociólogos despertaram antes para a importância do estudo das RGP na perspectiva do contexto nacional brasileiro e têm demonstrado maior interesse em relação aos conceitos e às temáticas analisadas pelas RGP do que os próprios geógrafos brasileiros. Os trabalhos de Rodrigo Salles Pereira dos Santos, publicados em 2010 e 2011, e a obra de Ramalho *et al.* (2013) demonstram a influência e difusão da literatura das RGP em análises realizadas por pesquisadores dentro das ciências sociais de um modo geral.

Além disso, aplicações em abordagens analíticas relacionadas à literatura das RGP estão em difusão no Brasil por meio de análises realizadas em outras disciplinas acadêmicas e cursos de graduação e pós-graduação do país (ver, por exemplo, TOLEDO; SÁ PORTO, 2005; KELLER, 2008).

Portanto, os conceitos e perspectivas de *upgrading* e *upgrading* industrial surgiram principalmente das discussões envolvendo três literaturas — quais sejam, a CGCs, a CGVs e as RGP. Para se compreender e analisar a perspectiva de *upgrading* industrial adotada neste trabalho deve-se ter em mente que a construção de seus conceitos e metodologias não pertencem a uma área específica do conhecimento (como a Sociologia). Conforme veremos nas seções seguintes, contribuições significativas relacionadas ao tema já foram realizadas no âmbito da Geografia, da Sociologia Econômica, da Engenharia da Produção, da Economia etc. Consequentemente, várias disciplinas acadêmicas influenciaram na construção dos repertórios teórico-conceituais e metodológicos utilizados neste trabalho que envolve questões importantes relacionadas à perspectiva do *upgrading* industrial.

1.4. *Upgrading* industrial: algumas aproximações teóricas

Upgrading industrial tem sido compreendido e conceitualizado de diversas maneiras, e suas abordagens analíticas e metodológicas podem variar de acordo com a área de conhecimento em discussão e segundo a capacidade dos pesquisadores de sistematizar *upgrading* industrial. Por exemplo, *upgrading* industrial já foi compreendido em relação às estratégias de marketing (KORZENIEWICZ, 1994).

Adotando a perspectiva das cadeias globais de *commodities* (CGCs) e analisando o exemplo da NIKE, Inc. no setor de calçados esportivos, Korzeniewicz (1994) observou que a empresa foi capaz de melhorar seu desempenho nas áreas de marketing, distribuição e subcontratação da produção de calçados esportivos entre 1976 e 1984. Para o autor, a estratégia de marketing da empresa obteve sucesso porque “envolveu o desenvolvimento de uma vasta e visível rede apoiada por contratos envolvendo pessoas e firmas ligadas ao basquete e ao baseball, além de jogadores de futebol e treinadores” (ibid, 1994, p.255).

Alguns autores abordam a questão de forma a considerar a importância da “atmosfera industrial” e das economias externas em áreas com firmas geograficamente aglomeradas (SCOTT 1996; AMIN, 1998). Amin (1998), por exemplo, utiliza uma abordagem de caráter mais institucionalista e afirma que “a experiência de algumas das mais dinâmicas economias da Europa demonstra que a concentração de firmas em torno de atividades industriais

relacionadas é um fator positivo para assegurar vantagens econômicas para a região e suas respectivas firmas” (ibid, 1998, p.10).

Embora utilize o termo *upgrading* para se referir às limitações do lado da oferta (*supply-side*) e de fatores exógenos ao aglomerado industrial, Amin reconhece que a proximidade e a rede de relações estabelecidas entre pessoas e firmas no aglomerado industrial têm impacto sobre os níveis de competitividade internacional e podem gerar benefícios econômicos para as localidades envolvidas. Nessa perspectiva, a rede de relações enraizadas no território, a capacidade de aprender e difundir conhecimento e a confiança estabelecida entre indivíduos localizados próximos uns aos outros são consideradas atributos importantes para criar oportunidades para o *upgrading* industrial.

Várias outras abordagens também utilizam termos semelhantes (por exemplo, aglomerado industrial, distritos industriais, clusters etc.) para valorizar a dimensão espacial das relações entre firmas e pessoas em uma determinada atividade econômica. Com raízes e inspirações nas ideias de Marshall (1982), as perspectivas de aglomerado industrial, distritos industriais ou clusters reconhecem a influência da proximidade entre os entes e a importância das economias externas impactando trajetórias de *upgrading* industrial a nível local, mas enfatizam o papel desempenhado pelas instituições e estruturas de governança locais e do planejamento e da gestão de políticas públicas e privadas que são específicas do lugar ou do aglomerado industrial como fundamentais para o seu próprio desenvolvimento.

Utilizando a abordagem das GCCs, Czaban e Henderson (1998) analisaram as trajetórias de *upgrading* obtidas por empresas dos países do Centro-Leste Europeu na ocasião em que foram integradas às redes de produção automobilística do Oeste-Europeu. Segundo os autores, as trajetórias de *upgrading* devem ser consideradas em relação aos estágios anteriores de desenvolvimento industrial e regional (típicas de análises realizadas na perspectiva da dependência, *path-dependency*) e também por meio das maneiras pelas quais os países, estados e indústrias são integradas à economia mundial.

No que concerne à indústria automobilística, os autores deixam implícita a ideia de que o *upgrading* só foi possível por meio da reestruturação na rede de relações envolvendo os fornecedores localizados no Leste-Europeu. Depois que conseguiram penetrar mercados integrados recentemente à economia capitalista, como a Polônia e a antiga Checoslováquia, Fiat, GM e Volkswagen foram as principais beneficiadas por esse tipo de reestruturação com a utilização da estratégia de aquisição e/ou fusão com firmas nacionais. Para os autores, a reestruturação, de certa forma, permitiu o *upgrading* por meio de “melhorias e inovações em produtos já existentes e também através da criação de novas linhas de produtos, além de

possibilitar a transferência de conhecimentos e tecnologias” (CZABAN; HENDERSON, 1998, p.608).

Inspirada nessa mesma linha de pensamento que considera a reestruturação como uma forma de tentar inserir firmas e regiões em trajetórias de *upgrading*, Pavlínek e Smith (1998) avaliaram as estratégias de reestruturação adotadas pela República Checa e pela Eslováquia quando da inserção de suas redes de fornecedores às redes de produção das montadoras de autoveículos localizadas no oeste-europeu.

A análise realizada pelos autores é também importante na definição do que se entende por *upgrading* porque considera de forma bastante construtiva a distinção entre reestruturação defensiva e ofensiva. A reestruturação defensiva adotada pelas regiões mencionadas anteriormente é avaliada pelos autores considerando-se as estratégias que focam baixos salários, incentivos fiscais e a alta flexibilidade e relaxamento de leis e convenções relacionadas ao mercado de trabalho. Já na reestruturação ofensiva, o foco adotado parece apresentar maiores benefícios para as regiões (*progressive upgrading*), uma vez que se prioriza a conservação e o desenvolvimento da capacidade dos recursos humanos, o aumento da produtividade, a cooperação e a parceria entre atores institucionais e econômicos, além de fortalecer a rede local de fornecedores e as relações entre eles.

Upgrading industrial foi também compreendido em relação às atividades desempenhadas pelas indústrias no âmbito do comércio internacional, por meio de trajetórias que abrangem a capacidade de aprendizagem das firmas e sua organização dentro das redes de produção. A análise de Gereffi (1999) fornece um exemplo típico desse tipo de *upgrading* industrial analisando a indústria têxtil e de vestuário em países asiáticos. Segundo o autor, as políticas protecionistas adotadas por países asiáticos contribuíram para fortalecer a capacidade dos produtores locais de produzir e inovar; todavia, foi “a capacidade deles em aprender e produzir produtos mais sofisticados que fizeram com que suas atividades fossem mais rentáveis do que as atividades realizadas por indústrias e firmas que realizam tarefas mais simples” (ibid, 1999, p.51).

Contudo, o trabalho realizado por Gereffi dentro da perspectiva das GCCs sofreu várias críticas por parte de alguns geógrafos da Escola de Manchester. Henderson *et al.* (2002), por exemplo, reconhecem a importância do papel desempenhado pelas unidades industriais na capacidade de *upgrading* das indústrias, mas alertaram para a necessidade de ampliação do debate para que se considere também o papel desempenhado por outros agentes e fatores que influenciam essa capacidade de *upgrading*. Para os autores, a ideia de *upgrading* envolve uma

mescla de ações e relações que possibilitam a criação, agregação e captura de valor, resultando em benefícios econômicos e sociais.

Embora os autores não definam de forma direta o que entendem como *upgrading* industrial, deixam bastante explícito que o propósito de sua análise é direcionar atenção para uma variedade de agentes, relações e transformações que oportunizam, ou não, a inserção de indústrias, países e regiões em trajetórias de *upgrading* industrial. Assim, segundo a perspectiva adotada pelos autores, as análises devem direcionar atenção para a rede de firmas envolvidas em P&D, design, produção e marketing de um determinado produto; a distribuição do poder entre firmas dentro dessas redes; as instituições, a importância do trabalho, etc. e as implicações de tudo isso para o *upgrading* e prosperidade econômica para as várias firmas e sociedades inseridas dentro das cadeias ou *redes de produção* (HENDERSON *et al.*, 2002).

Utilizando a perspectiva das Cadeias de Valor (*Value Chains*), Humphrey e Schmitz (2000, 2002, 2004) realizaram contribuições importantes no sentido de sistematizar os diversos tipos de *upgrading*. Os autores utilizam uma abordagem que busca identificar inicialmente em que tipo de *value chain* as firmas locais estão inseridas (ex: *arm's lenght*, *networks*, *quasi-hierarchy* e *hierarchy*) para que em seguida possam questionar se o tipo de *value chain* nas quais as firmas estão inseridas oferecem melhores oportunidades para a obtenção de um *upgrading*.

Para Schmitz (2004, p. 7), “esses questionamentos podem ser ainda mais refinados se adotarmos esse tipo de abordagem associado ao tipo de *upgrading* que se pretende analisar.” Em Humphrey e Schmitz (2000, 2002, 2004) quatro tipos diferentes de *upgrading* são identificados: *upgrading* em processos, *upgrading* em produtos, *upgrading* funcional e *upgrading* intersetorial. Segundo Humphrey e Schmitz (2004, p.8), esses tipos distintos de *upgrading* podem ser definidos da seguinte forma:

Upgrading em processos refere-se à capacidade das firmas ou indústrias de conseguir transformar inputs em outputs de forma mais eficiente através da reorganização do sistema de produção ou introduzindo tecnologia superior; *upgrading* em produtos, que envolve a mudança para linhas de produtos mais sofisticados (que podem ser definidos em termos de valores unitários); *upgrading* funcional, trajetória na qual as firmas adquirem novas funções dentro da cadeia em que atuam para aumentar o índice geral de capacitação nas atividades realizadas, e *upgrading* intersetorial, que ocorre quando as firmas utilizam o conhecimento adquirido no desempenho de certas funções dentro da cadeia para moverem-se horizontalmente em novos setores.

Sem dúvida, os trabalhos de Humphrey e Schmitz influenciaram muitas análises que foram conduzidas posteriormente na perspectiva do *upgrading*, e até hoje suas ideias e

sistematizações são utilizadas dentro dessa perspectiva. A partir da análise desses autores e supostamente refletindo sobre o que diz a categoria de *upgrading* em produtos, Gereffi (2005, p.171) definiu *upgrading* industrial como um “processo no qual as nações, firmas e trabalhadores mudam de atividades com baixo valor para atividades com alto valor em redes globais de produção”.

Conforme avaliam Smith e Alves (2012, p.27), “um atributo útil desta definição é que ela permite a compreensão de *upgrading* em relação ao valor dos produtos e suas trajetórias de comércio nos mercados de exportação, ao invés de focar apenas no crescimento da produção nacional de um determinado produto ou grupo de produtos.” Essa definição nos permite reconhecer não somente uma tentativa do autor Gary Gereffi de conceitualizar *upgrading* industrial com base no desempenho de uma indústria, mas também de refletir sobre os aspectos metodológicos que poderão incidir a partir dessa aproximação teórica e conceitual.

Kaplinsky e Readman (2005) estendem esse debate e consideram *upgrading* industrial de forma muito atrelada ao conceito de inovação e, principalmente, utilizam uma perspectiva que abrange uma análise comparada e relacional dentro das cadeias de valor. Em outros termos, os autores reconhecem que é possível se pensar em *upgrading* somente ao analisar a trajetória individual de uma indústria com base no próprio desempenho, porém consideram que essa seria uma abordagem muito limitada. Daí a necessidade de analisarmos *upgrading* em relação ao desempenho de outros competidores.

Segundo os autores, na compreensão dos determinantes do crescimento da renda, inovação precisa ser colocada em um contexto relacional, ou seja, “quão rápido a inovação ocorre em relação aos demais competidores?” (KAPLINSKY e READMAN, 2005, p.680). Para eles, esse processo de inovação e desempenho em relação aos demais competidores “pode ser referido como um *upgrading*, refletindo desempenho inovador relativo” (ibid).

A definição de *upgrading* industrial proposta por Gereffi (2005, p.171) e a análise de Kaplinsky e Readman (2005) se tornaram muito influentes não só nas pesquisas que foram elaboradas posteriormente na perspectiva do *upgrading*, mas também na análise que aqui pretendemos realizar. O trabalho desses autores serviu de base para análises feitas em várias disciplinas acadêmicas dentro das ciências econômicas e sociais e, também, dentro do campo da Geografia Econômica.

Por exemplo, o trabalho de Smith *et al.* (2008) revela a preocupação dos autores em se pensar na questão relacional de forma a considerar a competição entre diferentes produtores inseridos em redes globais de produção e as implicações disso para o *upgrading* das firmas localizadas em regiões com custo de produção relativamente mais alto. A análise dos autores

não reflete somente acerca do posicionamento e do desempenho das indústrias nos mercados internacionais, mas também sobre a importância da proximidade entre atores e da produção de mercadorias voltada para os mercados de exportação.

Todavia, a preocupação com a ideia de posicionamento e desempenho das indústrias nos mercados internacionais não consta somente nas discussões acadêmicas. Outras organizações também estão interessadas em discutir e incluir em suas pautas o debate acerca da maneira como as indústrias nacionais podem melhorar sua posição nas redes de produção e comércio da atualidade diante de processos globalizadores. Por exemplo, em 2007, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) conduziu um estudo que buscava compreender melhor, entre outras coisas, as discussões que emergiram dentro dos debates envolvendo os processos de globalização e suas implicações para as indústrias localizadas em países desenvolvidos, em desenvolvimento, e em transição.

É interessante notar que um dos grandes desafios identificados para as indústrias nacionais nesse estudo da OCDE consiste na tentativa de compreender como elas podem se tornar e permanecer competitivas na economia mundial por meio da participação em processos globalizadores. Uma das soluções apontadas admite que as indústrias precisam se inserir nas cadeias globais de valor e se mover continuamente nas camadas mais altas dessas cadeias. Como o próprio título do estudo sugere na versão oficial publicada em língua inglesa, “*moving up the value chain: staying competitive in the global economy*” (OCDE, 2007, p.1).

Análises mais recentes também apresentam perspectivas alternativas. A análise de Blažek (2015), por exemplo, trata da noção de acoplamento estratégico, além de outras estratégias de *upgrading* pouco analisadas até agora em estudos conduzidos à luz das perspectivas das CGV ou RGP, tais como as estratégias relacionadas ao *upgrading* funcional. Além disso, no mesmo trabalho, o autor apresenta uma tipologia para se avaliar estratégias de *upgrading* utilizadas por fornecedores globais que atuam em redes globais de produção e discute ainda as particularidades e complexidades envolvidas em análises que buscam determinar a posição dos fornecedores dentro de uma CGV/GPN.

Blažek argumenta que as relações estabelecidas entre os diferentes tipos de fornecedores de produtos em uma Cadeia Global de Valor são muito complexas. Nesse contexto, o autor afirma que “a tradicional categorização de firmas em níveis ou camadas pode ser ainda mais desfocada do que convencionalmente reconhecida” (BLAZEK, 2015, p.17). Aqui, Blažek destaca que as relações (que são também relações de poder) estabelecidas entre os fornecedores em uma CGV podem ser muito variadas, intrincadas, nas quais coexistem distintas modalidades e estratégias de governança. Importante destacar ainda que, ao propor uma tipologia para a

análise de *upgrading* funcional, Blažek alerta para o risco de se “copiar práticas e instrumentos de outras regiões ou países onde as firmas estão expostas a diferentes desafios e oportunidades” (ibid. p.18).

Examinando as experiências da República Checa no setor de vestuário, Smith et al., (2014) argumentaram que qualquer entendimento acerca de *upgrading* ou *downgrading* ao nível firma e da região precisa considerar o papel desempenhado pelo trabalho, sobretudo em um cenário de pressões competitivas, integração regional e crise econômica global.

Sob o ponto de vista metodológico, os trabalhos de Dietzenbacher, Guilhoto e Imori (2013) e Guilhoto e Imori (2014) empregam uma série de matrizes de insumo-produto para avaliar a participação das regiões brasileiras em Cadeias Globais de Valor. Nesses trabalhos, os autores utilizam o valor adicionado como variável analítica e matrizes inspiradas nos trabalhos de Walter Isard (ISARD, 1951).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) reconhece que os produtos e serviços consumidos ou utilizados atualmente são compostos por insumos provenientes de diversos lugares em todo o mundo. Contudo, reconhecem também que medidas convencionais de comércio internacional nem sempre refletem o valor adicionado aos produtos e serviços em cada ponto ou nó da cadeia global de valor.

Buscando minimizar essas limitações das estatísticas de comércio internacional, em 2013 uma iniciativa envolvendo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e a Organização Mundial de Comércio (OMC) procurou desenvolver um banco de dados relativos ao valor adicionado das atividades econômicas realizadas em diferentes lugares ou países.

A iniciativa OCDE-OMC também repercutiu entre os acadêmicos no Brasil e resultou em desdobramentos que permitiram novos debates e publicações considerando a utilização do valor adicionado das transações comerciais associado a utilização de tabelas de insumo-produto, que segundo a OCDE, “descrevem a interação entre indústrias e consumidores” (OCDE, 2016, site oficial).

Assim, não é por acaso que, durante os processos mais recentes de globalização econômica, os países, regiões e indústrias tenham dedicado maior importância à adoção de políticas públicas e industriais, refletindo sobre as perspectivas das GCCs, GVCs e RGP e, sobretudo, a do *upgrading* industrial. Portanto, diante da globalização econômica, acadêmicos, gestores, organizações, firmas e sindicatos estão cada vez mais interessados em descobrir como promover a inserção das indústrias nacionais e firmas locais em cadeias globais de valor de

maneira que elas melhorem o seu desempenho por meio da produção e comércio de produtos voltados para os mercados internacionais.

Outras questões levantadas em termos de conceitos e trajetórias de *upgrading* industrial estão relacionadas à escala de análise, ao segmento da indústria analisado e ao nível de desagregação dos produtos utilizados para se mensurar *upgrading*. Iremos dedicar mais atenção para essas questões na seção seguinte, quando tratarmos do método e dos procedimentos metodológicos. Contudo, uma breve observação pode ser feita no sentido de reconhecer que alguns autores já realizaram esforços para tentar estender os debates, de modo a incluir discussões que focam abordagens teórico-conceituais e metodológicas para a análise do *upgrading* industrial. Esse é o caso de Gereffi (1999), Kaplinsky e Readman (2005), Pickles *et al.* (2006) e Pickles e Smith (2010).

A obra de Pickles e Smith (2010) é de particular interesse porque fornece uma análise de *upgrading* baseada nas mudanças nos índices de valor e volume das exportações realizadas por um país ou uma região dentro de determinados segmentos e produtos provenientes de suas firmas e indústrias. A concepção de *upgrading* adotada por esses autores considera fundamental abranger tanto a análise da competitividade das indústrias nacionais como do desempenho das firmas e indústrias em determinados tipos ou categorias de produtos comercializados nos mercados de exportação.

Apesar de reconhecermos que existe uma variedade de estudos que se dedicaram à análise de conceitos e metodologias e as suas respectivas aplicações na perspectiva do *upgrading*, devemos reconhecer que a análise em torno dessa perspectiva é ainda muito mais vasta do que pudemos apresentar e discutir até o presente momento. De qualquer forma, é possível observar que a conotação dada aos conceitos e os posicionamentos adotados pelos autores em suas respectivas áreas de conhecimento são relativamente distintos.

Winter (2010), por exemplo, enfatiza a necessidade de considerarmos *upgrading* industrial partindo da noção de que firmas e indústrias podem se desenvolver por meio da absorção de novas habilidades e competências. Rugraff (2010) utiliza uma abordagem paralela e propõe analisar o grau de participação das firmas locais e nacionais nas estratégias das empresas transnacionais e a maneira como as relações entre montadoras e fornecedores locais podem permitir a inserção desses últimos em trajetórias de *upgrading* industrial. Consequentemente, existem várias abordagens possíveis em torno da análise do *upgrading*.

A perspectiva de *upgrading* industrial a ser utilizada neste trabalho tem sua origem na análise realizada por Alves (2011). A partir da leitura de uma variedade de literaturas que discutem o tema e dos debates realizados com o professor Adrian Smith acerca dos conceitos e

métodos analisados sob a bandeira do *upgrading* industrial, o autor conseguiu elaborar uma perspectiva de *upgrading* industrial que se acomoda dentro das discussões realizadas até agora acerca do tema.

Em sua dissertação de mestrado, submetida à Queen Mary University, o autor deixava claro o seu posicionamento inicial acerca do *upgrading* industrial, tanto no aspecto conceitual como metodológico. Na oportunidade, o autor afirmava que “*upgrading* industrial pode ser definido como um processo pelo qual as nações e firmas melhoram sua posição nos mercados de exportação e se engajam em segmentos de maior valor em redes globais de produção” (ALVES, 2011, p.3).

Essa definição de *upgrading* industrial e sua aproximação metodológica ainda permanecem, mas o trabalho de Smith e Alves (2012) refinou algumas das discussões feitas na obra de Alves (2011) para acomodar uma nova definição de *upgrading* industrial. Consequentemente, *upgrading* industrial é aqui definido como um processo pelo qual as atividades industriais que ocorrem em unidades territoriais como Estados-nações ou economias regionais são capazes de melhorar sua posição nos mercados de exportação, aumentar sua participação relativa (quota de mercado) nos mercados consumidores, e se envolver em segmentos de maior valor nas redes globais de produção ou cadeias globais de valor.

Por outro lado, *downgrading* industrial se refere à trajetória oposta, ou seja, quando uma indústria piora o seu desempenho nos mercados de exportação. Isso pode ocorrer, por exemplo, nos casos em que o volume e o valor nominal das exportações sofrem reduções expressivas ao longo do tempo, quando uma indústria exporta seus produtos com preços relativamente menores que a média dos preços praticados pelas demais indústrias, quando há perdas significativas de fatias de mercado etc.

A vantagem de se adotar essa perspectiva é que ela permite abranger as concepções de *upgrading* industrial mencionadas tanto na perspectiva das redes globais de produção (RGP) como na perspectiva de Gereffi (2005, p.171), no sentido de que esta envolve a mudança de atividades com baixo valor para atividades com valor relativamente maior em cadeias globais de valor e, ao mesmo tempo, permite avaliar não apenas o desempenho individual de uma indústria em um contexto nacional, mas também as mudanças no valor, volume e preço dos produtos de exportação de uma indústria em comparação ao desempenho dos demais competidores.

No entanto, isso significa que — tendo em vista a falta de dados em nível subnacional no tocante à integração comercial — nenhuma consideração pode ser feita sobre os impactos do *upgrading* industrial para o desenvolvimento regional dentro de contextos nacionais

particulares. De fato, “uma análise ao nível da firma é requerida, de forma a explorar as dimensões do *upgrading* além daquelas que são capturadas com o uso dos dados de comércio internacional” (SMITH; ALVES, 2012, p.28), mas isso está além do escopo deste trabalho.

1.5. A discussão de *upgrading* e *upgrading* industrial e sua difusão no Brasil e na geografia brasileira

A difusão dos modelos das GCCs, GVCs e RGP é ainda muito limitada em várias áreas do conhecimento no Brasil, país em que esses modelos analíticos se tornaram muito mais perceptíveis para os pesquisadores somente na década atual. Em países considerados desenvolvidos, as principais discussões tiveram origem na década de 1990, por meio de estudos realizados por sociólogos economistas e pela vasta literatura que trata da ideia de empreendedorismo e da gestão de negócios. Os geógrafos, por sua vez, vieram a se interessar pelas temáticas analisadas por essas literaturas um pouco mais tarde, em 2002, com a contribuição dos pesquisadores da Escola de Manchester.

O foco na abordagem analítica do *upgrading* industrial se justifica não somente pela importância dada por gestores, empresas, instituições etc. às transformações provocadas pelas redes de produção que atuam em uma variedade de regiões voltadas para a produção e o comércio de mercadorias, mas também para as perspectivas de desenvolvimento econômico e sociais tão desejadas pelos governos, trabalhadores e cidadãos de um modo geral. Não por acaso, *upgrading* industrial se tornou um dos temas mais debatidos na atualidade no conjunto das obras consideradas pertencentes às abordagens das GCCs, GVCs e RGP. Desde as suas origens, houve um grande esforço no sentido de adequar conceitos, análises e metodologias que contemplassem o estudo da organização e do desempenho das indústrias na economia mundial.

Entre os geógrafos brasileiros, a difusão desse conhecimento e as análises realizadas dentro da perspectiva do *upgrading* industrial são ainda bastante limitadas. Apesar disso, alguns esforços têm sido realizados por autores provenientes de outras disciplinas e áreas acadêmicas. No Brasil, apenas recentemente alguns autores começaram a se interessar pelos modelos analíticos das GCCs, GVCs e RGP e, conseqüentemente, poucos trabalhos se dedicaram a análise do *upgrading* e *upgrading* industrial até o presente momento. A tese de Cruz-Moreira (2003) é um desses poucos trabalhos.

É importante notar que a tese de Cruz-Moreira (2003) está inserida no contexto das análises realizadas no âmbito dos cursos de Engenharia da Produção. Na tese do autor, fica evidente a dificuldade encontrada por pesquisadores ao trabalharem com conceitos e literaturas

que se desenvolveram originalmente com base em análises e publicações realizadas em países anglófonos. As traduções literais do português para o inglês, nesses casos, podem trazer graves distorções relativas ao real significado das palavras na língua inglesa.

Reconhecendo essa dificuldade, Smith e Alves (2012, p.27) preferem adotar uma abordagem que “não altera a aceção conferida originalmente ao termo *upgrading* industrial nas literaturas que discorrem sobre a *Global Value Chains* (GVCs), *Global Production Networks* (GPNs) e *Global Commodity Chains* (GCC).” Já Cruz-Moreira utiliza os termos “progressão industrial” e “modernização industrial” para se referir ao que, aqui, denomina-se *upgrading* industrial.

Outra observação importante diz respeito aos termos utilizados por Cruz-Moreira para se referir às GCCs e às GVCs. O referido autor faz uso desses dois modelos analíticos para a análise do *upgrading* industrial, mas o emprego das terminologias se dá, algumas vezes, de forma um pouco confusa e contraditória na obra do autor. Um exemplo ocorre quando o autor se refere ao termo “cadeias globais de formação de valor” como sinônimo de Cadeia Global de Commodities ou GCCs. Ocorre, porém, que o modelo da GCCs é distinto do modelo das Cadeias Globais de Valor (CGV). O modelo da GCCs foi elaborado inicialmente em 1994, com a publicação de *Commodity Chains and Global Capitalism*, por Gary Gereffi e Miguel Korzeniewicz. Já o modelo das Cadeias Globais de Valor foi formulado a partir das discussões realizadas após a década de 2000, e principalmente no contexto das obras publicadas por Gary Gereffi e seus colaboradores.

Uma das grandes diferenças deste modelo em relação àquele é a inserção, nos debates sobre *upgrading*, da noção fundamental de competitividade ligada à produção de produtos com maior valor agregado (HUMPHREY; SCHMITZ, 2000), de questões relacionadas ao uso de variáveis para se mensurar *upgrading* industrial (GEREFFI *et al.* 2001; KAPLINSKY; READMAN, 2005), e de discussões que analisam especificamente as estruturas de governança das redes de produção (GEREFFI; HUMPHREY; STURGEON, 2005).

Apesar das contradições e divergências terminológicas contidas no texto, o trabalho de Cruz-Moreira (2003) pode ser considerado como uma das principais contribuições para a difusão da temática do *upgrading* industrial e suas respectivas metodologias no Brasil. Em particular, o autor avalia o desempenho das exportações das cadeias têxteis e de vestuário brasileiras e hondurenhas nos principais mercados consumidores localizados em países desenvolvidos.

Entre as principais constatações realizadas pelo autor é possível destacar o bom desempenho das maquiladoras⁹ de roupa hondurenhas no que concerne ao aumento no volume das exportações, embora a inserção em trajetórias de *upgrading* industrial seja limitada pela presença de barreiras impostas pelas principais empresas do setor em segmentos de maior relevância dentro das cadeias produtivas das quais as maquiladoras hondurenhas participam. Segundo o autor, “as possibilidades de progressão industrial são propiciadas/permitidas pelas empresas líderes, somente até determinados estágios” (CRUZ-MOREIRA, 2003, p. 207).

Outra observação importante diz respeito às limitações dos modelos utilizados pelo autor para a análise do industrial *upgrading*. Não há dúvida de que Cruz-Moreira realmente faz uso de abordagens analíticas e variáveis adequadas para a análise do *upgrading* industrial que se propôs a realizar. Contudo, ele é cauteloso ao reconhecer que existem trajetórias de *upgrading* que não são possíveis de serem capturadas somente com o uso dos modelos adotados e das variáveis escolhidas em sua tese.

De acordo com o próprio autor “os modelos apresentados como ponto de partida, não captam a complexidade de todas as cadeias produtivas e das trajetórias de *upgrading* industrial, esta questão é de vital importância para as empresas, governos e demais instituições encarregadas das políticas de desenvolvimento industrial e da competitividade das exportações nos países em desenvolvimento” (ibid, p.211).

Assim, *upgrading* industrial é uma arena de discussões relativamente nova no Brasil, embora venha, há alguns anos, estimulando debates em uma variedade de disciplinas acadêmicas e cursos de graduação e pós-graduação do exterior. Após termos realizado uma breve discussão sobre os principais trabalhos em torno da ideia de *upgrading* e *upgrading* industrial e estabelecido o posicionamento adotado neste trabalho referente aos conceitos e aproximações previamente discutidos, passaremos agora a tentar compreender e conceber metodologicamente a proposta de trabalho. Esse é o assunto a ser discutido nas duas últimas seções deste capítulo.

1.6. Mensurando *upgrading* industrial: método e procedimentos

Um número significativo de variáveis já foram utilizadas como indicadoras de inovação tecnológica e dinamismo econômico e comercial de um país ou indústria segundo o

⁹ Maquiladora pode ser considerada como uma “unidade de produção que importa matérias-primas, componentes, bens de capital, etc., através de isenções ou benefícios tarifários, e termina a montagem de produtos que devem ser reexportados ao país de origem ou a um terceiro” (ARCINIEGA, 2006, p.31).

desempenho de suas exportações. Grande parte dessas variáveis demonstraram ser bastante úteis e contribuíram para a sistematização de ideias relacionadas ao *upgrading* industrial.

Gereffi (1999) utiliza o valor das exportações e a quota de mercado para analisar as importações norte-americanas no setor de vestuário. Pavlínek, Dománski e Gurik (2009) utilizam o valor das exportações e a balança comercial para avaliar as mudanças nas exportações de automóveis e outros produtos automotivos dos países do CLE. Outros estudos fizeram uso do valor unitário¹⁰ para analisar o desempenho de vários países nas indústrias de alta tecnologia (UNIDO, 2002), para avaliar os níveis de inovação técnica na indústria de máquinas têxteis (ROTHWELL, 1980) e para comparar o desempenho inovador de vários países na indústria moveleira mundial (KAPLINSKY; READMAN, 2005).

Entretanto, medir *upgrading* industrial não é tarefa trivial. Gereffi *et al.* (2001), por exemplo, mencionam três variáveis importantes que já foram utilizadas para se avaliar *upgrading* industrial, a saber: taxas de lucro, valor adicionado e aumento de preços. Os autores deixam claro que esses indicadores podem ser úteis para a análise do *upgrading* industrial em cadeias de valor, mas também sugerem que eles são extremamente limitados e, em alguns casos “pouco confiáveis” (GEREFFI *et al.*, 2001, p.6). Segundo os mesmos autores, as limitações dessas e de outras variáveis fazem com que “os analistas precisem ser pragmáticos e ecléticos na escolha e análise de múltiplas variáveis” (*ibid*).

Pavlínek e Zenka (2011) propuseram o uso de vários dados estatísticos (investimentos em P&D, intensidade de capital, produtividade do capital e trabalho etc.) como forma de medir *upgrading* ao nível da firma e enfatizaram as dificuldades de tirar conclusões no que diz respeito ao *upgrading* em produtos e em processos.

Aqui, a proposta metodológica a ser adotada para a análise do *upgrading* industrial considera o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL nos principais mercados de exportação entre os anos de 1995 e 2013. Portanto, quando se considera a tese de que a globalização da produção na indústria automobilística, associada à inserção e à crescente participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na produção mundial e no comércio internacional de autoveículos, vem permitindo que as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL se reposicionem nas cadeias de valor e melhorem seus níveis de competitividade e *upgrading* industrial, a análise estará se referindo ao período abrangido pelo recorte temporal mencionado acima.

¹⁰ O valor unitário é frequentemente medido tomando-se o valor comercializado de um produto e dividindo-o pelo volume comercializado desse mesmo produto.

A noção de competitividade tratada neste trabalho se beneficia principalmente dos estudos realizados na perspectiva das Cadeias Globais de Valor. Isso, de certa forma, implica em assumir a ideia de que firmas, indústrias, lugares, etc. precisam se integrar à economia mundial, participar efetivamente das trocas comerciais e, principalmente, gerar crescimento econômico por meio de suas exportações.

Implica em admitir também a ideia de que a expansão geográfica do capitalismo e a inserção dos lugares no processo de globalização acirrou a competitividade entre os agentes. A competitividade, por sua vez, exige dinamismo, flexibilidade, capacidade de inovação etc., sempre objetivando superar os concorrentes em linhas de produtos e mercados consumidores. É um cenário no qual, diria Santos (2000, p.46), “a competitividade tem a guerra como norma”. Trata-se, portanto, de uma busca constante para reposicionar-se, “vencer o outro, tomar seu lugar” (ibid).

A inovação está diretamente relacionada à competitividade. Por isso, num contexto de pressões competitivas impostas pelo processo de globalização, as indústrias não podem permanecer estagnadas, precisam inovar sempre. Kaplinsky (2005) trata dessa relação entre competitividade e inovação de forma bastante interessante, sobretudo quando faz uma releitura da obra *Through the looking-glass*, de Lewis Carroll.

Sucintamente, Kaplinsky reflete acerca de quais palavras poderia Lewis Carroll dizer sobre as aventuras de Alice à luz do processo de globalização. Para Kaplinsky (2005, p.6) a inovação permite reposicionamentos e avanços em setores industriais, mas é necessário considerar também “quão rápido a inovação ocorre em relação aos demais competidores”. Daí a importância de se reconhecer a capacidade inovadora de forma relacionada à noção de competitividade e *upgrading* industrial na perspectiva das Cadeias Globais de Valor.

Isso não significava dizer que as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL não são competitivas, e, por isso, precisam inovar mais para se inserir em Cadeias Globais de Valor. Pelo contrário, é correto afirmar que essas indústrias são competitivas e já tem uma tradição no setor, por isso são partes integrantes das Cadeias Globais de Valor. Mas, no capitalismo, a inovação não deve ser pensada de forma independente da competitividade. A própria história do capitalismo, diria Schumpeter, está ligada às sucessivas destruições criativas, ou seja, às inovações.

Em alguns casos, dirige-se a atenção para a escala geográfica do MERCOSUL, representando uma rede de indústrias nacionais e unidades industriais, ao passo que, em outros casos, a análise se concentra no desempenho individual de cada indústria (por exemplo, a

indústria automobilística brasileira, argentina, venezuelana etc.). Um aspecto bastante relevante dessa perspectiva é que ela oferece uma descrição inicial acerca da possibilidade de se tentar compreender a reconfiguração das economias locais, nacionais e regionais a partir de um enfoque na produção — e nos fluxos — de valor em diferentes localidades. Smith *et al.* (2002, p.54) destacam que esse tipo de enfoque “nos fluxos de valor e na posição de atores econômicos na governança desses fluxos permite uma compreensão maior a respeito de quais atores e lugares ganham ou perdem através desses fluxos”.

A perspectiva a ser adotada neste trabalho propõe o uso de quatro variáveis distintas: o volume e o valor das exportações, quota de mercado (*market share*) e valores unitários. A combinação do uso de *market shares* e valores unitários é uma prática bastante comum em análises preocupadas com o comportamento dos fluxos comerciais internacionais. Quota de mercado (*market share*) é utilizada como um indicador de competitividade relativa (por exemplo, a participação da indústria automobilística brasileira no mercado americano), sendo que valores unitários mais altos em relação aos demais competidores refletem a capacidade de certas firmas e indústrias de oferecer produtos que sofreram inovações (sejam elas radicais ou incrementais) ao longo do processo de produção, permitindo que seus produtores possam receber valores relativamente mais altos por seus produtos.¹¹

O valor nominal dos produtos comercializados será utilizado como uma medida de substituição da variável valor. A variação no valor unitário das exportações é utilizada como uma medida relativa de *upgrading*. O valor unitário é medido como o produto do valor nominal das exportações do produto X dividido pelo volume das exportações do produto X. Valores monetários dos fluxos comerciais não são ajustados pelos índices de inflação e não levam em consideração as variações no valor das moedas utilizadas pelos bancos de dados que disponibilizam estatísticas de comércio internacional, tais como o UN-COMTRADE, EUROSTAT e AliceWeb. Esses dados de comércio, apesar de suas limitações, fornecem uma série de *insights* sobre as questões ligadas às noções de *upgrading* industrial.

Por exemplo, a habilidade dos países de aumentar o volume e o valor das exportações para os principais mercados em relação aos demais países em determinadas categorias de produtos sugere níveis significativos de *upgrading* em produtos, enquanto a combinação de uma queda no volume e valor das exportações reflete uma perda proporcional de

¹¹ Valores unitários podem refletir também produtos de melhor qualidade. Essa qualidade, por sua vez, relacionada à percepção que os consumidores possuem acerca dos atributos (ex: uso de melhores insumos) que são incorporados ao produto durante o processo de produção, deixando-o, dessa forma, com maior sofisticação tecnológica, durabilidade, etc. Assim, quanto mais atributos um produto agregar, maior será o seu valor unitário.

competitividade relativa em determinadas categorias de produtos e caracteriza, portanto, uma trajetória de *downgrading*.

No entanto, essa abordagem requer um refinamento dos dados de comércio ao nível do produto e uma criteriosa comparação com outras variáveis que possam ser utilizadas em conjunto para a análise do *upgrading* industrial. Por esses motivos, a análise do *upgrading* industrial que aqui é conduzida faz uso de múltiplas variáveis (valor, volume, quota de mercado e valores unitários). De qualquer maneira, há que se reconhecer que existem inúmeros problemas que limitam a utilização dessas variáveis como únicos indicativos de *upgrading*. Entre essas limitações ou problemas, existe a necessidade de se assumir, entre outras coisas, taxas de câmbio e renda dos produtores como constantes.

Além disso, seguindo Pavlínek, Dománski e Guzik (2009), *upgrading* industrial pode também ser refletido pela capacidade de um país ou indústria obter um *upgrading* não somente em produtos que já fabricam (como carros com capacidade de motor não excedendo 1 litro, conforme definição no sistema harmonizado de dados do comércio), mas também pela capacidade de mover-se para outras atividades com maior valor (por exemplo, carros com capacidade de motor excedendo 3 litros).

Existem várias outras circunstâncias que podem indicar um grau de desenvolvimento da rede de fornecedores de automóveis e produtos automotivos e, por conseguinte, revelar uma trajetória de *upgrading* ocorrendo em uma determinada indústria. Isso pode se refletir, por exemplo, na habilidade de um país em melhorar a capacitação das redes locais de produção e fornecimento de componentes automotivos, conduzindo-as a uma situação em que as firmas montadoras reduzem a dependência da importação de um determinado componente (como motores, caixas de câmbio etc.) com a utilização de fornecedores locais.

Dessa forma, assume-se que a rede local de fornecedores consegue aumentar o volume e o valor das exportações daquele produto nos mercados internacionais, podendo gerar vantagens econômicas e sociais para os territórios envolvidos. No entanto, capturar o aumento do uso de fornecedores locais (dentro dos países) é impossível com o uso dos dados de comércio internacional que registram apenas o fluxo de produtos comercializados entre países.

Deve-se reconhecer, no entanto, que o uso dessas variáveis não permite que se obtenha uma visão compreensiva sobre o *upgrading* industrial. Mas, acredita-se, as variáveis podem oferecer uma abordagem alternativa e bastante útil para se tentar mensurar o desempenho das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL em determinadas categorias de produtos (ou agregado de produtos) nos principais mercados internacionais e também na relação transfronteiriça envolvendo os países membros do MERCOSUL.

Obviamente, existem também limitações a serem consideradas em relação ao uso das estatísticas de comércio. É importante mencionar que apesar de o nível de desagregação dos produtos ocorrer aos seis (HS6) dígitos do sistema harmonizado e aos oito dígitos da nomenclatura combinada (CN8), permitindo a elaboração de algumas hipóteses referentes às diferentes trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* na indústria automobilística, ele inclui, ao mesmo tempo, uma vasta gama de produtos similares dentro de suas próprias categorias. Deste modo, faz-se necessário assumir a homogeneidade dos produtos.

Quanto aos procedimentos metodológicos, a análise utiliza uma série de dados e métodos quantitativos e qualitativos. Isso abrange a coleta e a análise de dados referentes às estatísticas de comércio internacional, bem como a coleta e a análise de dados e informações obtidos por abordagens mais qualitativas, incluindo a comunicação via e-mails, entrevistas e também bate-papos informais com representantes de montadoras, sindicatos, associações, instituições etc.

Em alguns casos são examinados produção e comercialização ano após ano, já em outros casos optou-se por uma periodização, que, por sua vez, talvez não seja a mais adequada. Porém, essa escolha não afeta significativamente a capacidade de reconhecimento das trajetórias de *upgrading* e *downgrading* que se pretende avaliar. Isso é particularmente verdade se considerarmos o intervalo máximo de cinco em cinco anos entre as análises, inclusive àquelas relacionadas aos fluxos de comércio internacional. Periodizações menores, conseqüentemente, poderão reforçar as trajetórias examinadas. Portanto, não será difícil perceber que os procedimentos metodológicos utilizados no desenvolvimento deste trabalho são os mais variados possíveis.

Assim, para o primeiro e segundo capítulos, a análise faz uso de pesquisa bibliográfica e documental. No que concerne à pesquisa bibliográfica, o trabalho é desenvolvido a partir de livros, artigos científicos, teses, além de outras publicações que tratam do tema, tais como: jornais, periódicos, revistas especializadas etc. Já no que diz respeito à pesquisa documental, o trabalho realiza o levantamento de dados, informações e leis em diversas fontes secundárias (por exemplo, websites institucionais do MERCOSUL, brochuras e anuários das montadoras), além de outras publicações realizadas pela OICA (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles) e pelas associações relacionadas à indústria automobilística nos países do MERCOSUL (como ANFAVEA – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, ADEFA – Asociación de fabricas de automotores, CAVENEZ – Cámara Automotriz de Venezuela etc.).

Os procedimentos metodológicos adotados para a análise presente nos capítulos três e quatro envolvem o exame de uma série de dados estatísticos contendo as variáveis a serem analisadas na relação de comércio entre os países e indústrias. Aqui, o trabalho fará uso das estatísticas de comércio internacional publicadas pelos principais bancos de dados que analisam os fluxos de comércio (como importação e exportação). Entre esses bancos de dados podemos citar o EUROSTAT Comext; UN COMTRADE, MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior), Aliceweb2 etc.

O foco da análise se volta para a experiência de uma variedade de produtos automotivos que podem ser rastreados pelo sistema harmonizado¹² HS-2, HS-4 e HS-6 (2, 4 e 6 dígitos) e pela nomenclatura combinada CN-8 (8 dígitos). A classificação e a definição dos produtos no sistema harmonizado e na nomenclatura combinada permitem analisar o desempenho de toda uma indústria, assim como o desempenho destas em determinados produtos, segmentos ou subsetores da indústria.

De acordo com o sistema harmonizado (HS6) de classificação, os automóveis podem ser subdivididos em quatro categorias diferentes, como segue:

HS 870321 - automóveis com motores não excedendo 1L (1 litro);

HS 870322 - automóveis com motores acima de 1L, porém não excedendo 1.5L;

HS 870323 - automóveis com motores acima de 1.5L, porém não excedendo 3L;

HS 870324 - automóveis com motores acima de 3L.

Esses e outros dados serão analisados na tentativa de se avaliar tanto os níveis de competitividade de uma indústria como o seu desempenho relativo aos preços dos produtos comercializados, permitindo que se façam algumas considerações importantes no contexto do *upgrading* industrial. Para a análise e apresentação dos resultados de um modo geral, o trabalho fará uso de planilhas eletrônicas elaboradas no Excel e/ou SPSS, tabelas elaboradas no editor de texto Word, além de mapas que serão organizados e elaborados com uso da ferramenta ArcGIS versões 9.3 e 10.1.

Diante dessas considerações, o próximo capítulo dá início às análises relacionadas ao segundo e terceiro objetivos estabelecidos neste trabalho e busca compreender como está organizado e composto atualmente o MERCOSUL, além de identificar as principais leis,

¹² O sistema harmonizado (SH), conhecido também como HS (do inglês *Harmonized System*) é uma nomenclatura sistemática que compreende aproximadamente 5.000 grupos ou categorias distintas de mercadorias identificadas por um código que pode apresentar dois, quatro ou seis dígitos.

acordos e políticas industriais para o setor automobilístico. Ainda que de forma sucinta, o capítulo investiga e apresenta também a atual organização espacial da produção de autoveículos no MERCOSUL e discute brevemente algumas das principais transformações ocorridas na geografia da indústria antes de e, sobretudo, após 1990.

Capítulo II

MERCOSUL: REGIME AUTOMOTIVO E LOCALIZAÇÃO DAS UNIDADES INDUSTRIAIS

Antes de iniciar a discussão sobre a localização e função dos fixos e participação dos territórios nacionais na produção mundial de produtos automotivos, é preciso compreender um pouco mais sobre o recorte escalar e o setor industrial privilegiado nessa análise. Estamos nos referindo ao MERCOSUL, a seus Estados-partes e sua estrutura organizacional, e às políticas industriais e comerciais voltadas para o setor automotivo no interior desse bloco regional.

A apresentação e discussão desses dados são fundamentais quando se pretende ter uma visão mais ampla acerca da maneira como o MERCOSUL está organizado e composto atualmente e quais são as leis, os acordos, as políticas etc. que regulam as atividades realizadas no âmbito do atual regime automotivo. Por esses motivos, este capítulo analisa o MERCOSUL, seu regime automotivo e a localização das unidades industriais das principais montadoras de autoveículos presentes nessa macrorregião.

Aqui, o foco não consiste somente em localizar as unidades industriais, mas também apresentar e discutir brevemente alguns dos possíveis cenários de concentração espacial da indústria em todo o MERCOSUL. Essa análise é complementada por uma discussão acerca dos principais territórios nacionais da indústria no MERCOSUL, com particular atenção ao recorte espacial proposto para a análise da produção e/ou montagem de autoveículos. Finalmente, trataremos da participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na produção mundial de autoveículos. Somente após essas considerações é que será possível avançar para análise das questões tratadas nos capítulos três e quatro, referentes aos dados de comércio.

2.1. Países membros, estrutura institucional e normas de funcionamento

O MERCOSUL (Mercado Comum do Sul) é um bloco regional de comércio que vem apresentando recentes transformações em sua composição original e também conflitos relacionados à permanência efetiva de determinados Estados-partes. Oficialmente instituído pelo Tratado de Assunção, ocorrido em 26 de março de 1991, o MERCOSUL foi inicialmente

formado por quatro países: Argentina, Brasil, Uruguai e Paraguai. Atualmente, com a inserção da Venezuela, o bloco é composto por cinco Estados-partes.

A Venezuela adquiriu sua condição de Estado-parte a partir de 12 de agosto de 2012, pela decisão 27/2012. Em 2006, ainda sob o comando do presidente Hugo Chávez, o país já havia firmado acordo de adesão para o livre comércio com os demais países membros do MERCOSUL. Já a Bolívia encontra-se em processo de adesão ao bloco, por meio de um acordo formalizado também no ano de 2012.

Após a assinatura do Tratado de Assunção, os países do MERCOSUL entraram em acordo para a futura criação da estrutura institucional do bloco. A criação dessa estrutura já havia sido prevista pelo artigo 18 do tratado, mas só foi constituída através do Protocolo de Ouro Preto, firmado em 17 de dezembro de 1994. Assim, de acordo com o site oficial do MERCOSUL no Brasil, a estrutura institucional do bloco foi criada originalmente com os seguintes órgãos:

- I. o Conselho do Mercado Comum (CMC);
- II. o Grupo Mercado Comum (GMC);
- III. a Comissão de Comércio do MERCOSUL (CCM);
- IV. a Comissão Parlamentar Conjunta (CPC);
- V. o Foro Consultivo Econômico-Social (FCES);
- VI. a Secretaria Administrativa do MERCOSUL (SAM).

Nos termos do protocolo, poderiam ainda ser criados outros órgãos auxiliares que fossem necessários à consecução dos objetivos do processo de integração. Atualmente, existe também o TPR (Tribunal Permanente de Revisão do MERCOSUL), o TAL (Tribunal Administrativo-Trabalhista do MERCOSUL) e o CMPED (Centro MERCOSUL de Promoção do Estado de Direito). Dentro dessa megaestrutura, três órgãos se destacam por possuírem capacidade decisória e de natureza intergovernamental, são eles: o Conselho do Mercado Comum, o Grupo Mercado Comum e a Comissão de Comércio do MERCOSUL.

O Conselho do Mercado Comum é o órgão superior do MERCOSUL e responsável pela condução política do processo de integração; suas intenções ou ações são manifestadas mediante Decisões. O Grupo Mercado Comum é o órgão executivo do MERCOSUL; suas intenções ou ações são manifestadas mediante Resoluções. Esse órgão inclui os subgrupos de trabalho (SGT) do MERCOSUL, sendo que a indústria compõe o sétimo subgrupo. E, finalmente, tem-se a Comissão de Comércio do MERCOSUL, que é o órgão encarregado de

auxiliar o GMC e de velar pela aplicação dos instrumentos de política comercial acordados entre os Estados-partes e destes com países não pertencentes ao bloco. As intenções ou ações da Comissão de Comércio do MERCOSUL são manifestadas por Diretrizes ou Propostas. Esses três órgãos são coordenados, direta ou indiretamente, pelos Ministérios das Relações Exteriores dos países membros.

Analisando essas considerações, é possível assumir a ideia de que o MERCOSUL vem gradativamente criando e implantando leis, estruturas e mecanismos para consolidar sua integração regional. É interessante notar também que a indústria, como não poderia deixar de ser, figura como um dos principais temas de discussão nos trabalhos desempenhados pelos grupos inseridos dentro do órgão executivo do MERCOSUL, o Grupo Mercado Comum.

Além disso, é possível identificar, por exemplo, que o SGT-7 é o subgrupo de trabalho responsável por tratar dos temas relacionados às políticas industriais dos países integrantes do bloco. Tendo mencionado a formação territorial do MERCOSUL, de sua estrutura institucional e do papel a ser desempenhado por cada um dos órgãos deste bloco, é possível examinar a partir deste ponto as políticas industriais, as leis e incentivos do regime automotivo do MERCOSUL. Essa será a tarefa a ser realizada na seção a seguir.

2.2. Políticas industriais, leis e incentivos do regime automotivo

No MERCOSUL, todas as atuais políticas industriais seguem os propósitos, princípios e instrumentos mencionados e estabelecidos inicialmente no 1º capítulo do Tratado de Assunção. A partir desse tratado, novas decisões e resoluções foram surgindo para acelerar o processo de integração e criar e padronizar os procedimentos e transações relacionadas à Tarifa Externa Comum (TEC) do MERCOSUL. Em 1994, o Conselho do Mercado Comum (CMC) decide aprovar o projeto da TEC. Segundo a decisão nº 07/94, um dos principais instrumentos para a conformação do Mercado Comum seria a criação de uma TEC que incentivasse a competitividade externa dos países-membros, permitindo também que a União Aduaneira passasse a funcionar de forma efetiva.

Reconhecendo a necessidade de promover o desenvolvimento de determinados setores e considerando as diferenças entre os países-membros, as alíquotas foram estipuladas de forma diferenciada dentro do bloco. Para os bens de capital, por exemplo, as alíquotas deveriam convergir para 14% até 1º de Janeiro de 2001, sendo que o Paraguai e o Uruguai (relativamente menos providos desses bens) poderiam estender essa data para o início de 2006.

A decisão nº 07/94 previa, em seu artigo 10, a constituição de um grupo de trabalho *ad hoc* para definir o regime de transição do setor automobilístico e sua adequação ao regime da União Aduaneira. Ou seja, com essa ação buscava-se uma definição das alíquotas para o setor automobilístico visando à padronização de procedimentos e tarifas para o bom andamento do livre comércio intrazona. Considerando os acordos firmados na decisão nº 07/94, o Conselho decide criar então um Comitê Técnico *Ad Hoc* para elaborar uma proposta de Regime Automotriz Comum. De acordo com a decisão nº 29/94, o regime deveria vigorar a partir de 1º de Janeiro de 2000, sendo que os países-membros se comprometeriam a apresentar as informações referentes aos regimes nacionais vigentes para possíveis adequações ao regime adotado pelo MERCOSUL. Entre os elementos que deveriam constar na proposta destacam-se:

- a) a liberalização total do comércio intrazona para os produtos do setor automotriz;
- b) uma Tarifa Externa Comum (TEC); e
- c) a ausência de incentivos nacionais que distorçam a competitividade na região.

Embora a data final para a entrega das listas de exceção à TEC tenha sido prorrogada para junho de 1995, vários produtos com alíquotas superiores a 20% já haviam sofrido redução em agosto de 1994, incluindo os automóveis. Mas, no primeiro semestre de 1995, vários produtos já haviam sofrido um aumento nas alíquotas, “em razão dos decorrentes déficits na balança comercial, provocados pelo aumento expressivo das importações” (RÊGO, 1995, p.177). No Brasil, por exemplo, a alíquota para a importação de automóveis foi aumentada para 70%, conforme o decreto 1.427 de 24 de março de 1995.

O diálogo permaneceu aberto entre os países-membros com o passar dos anos, mas a política automotiva comum do MERCOSUL somente começou a avançar com as normas posteriores, principalmente com a Decisão nº 21/97 do Conselho do Mercado Comum, a Resolução nº 80/97 do Grupo Mercado Comum e a Ata de Ministros da Indústria do MERCOSUL, de 9 de dezembro de 1998.

Finalmente, mediante a decisão nº 70 de 2000, o Conselho do Mercado Comum aprovou o acordo sobre a Política Automotiva do MERCOSUL. A partir de 1º de fevereiro do ano seguinte, o acordo passou a vigorar e ficaram estabelecidas as alíquotas de imposto de importação para os produtos automotivos de países não membros do MERCOSUL, ou seja, a Tarifa Externa Comum. Salvo algumas exceções, essas alíquotas substituíram as alíquotas nacionais até então vigentes. Contudo, cabe ressaltar que essas alíquotas estão sempre em

processo de revisão pelo Comitê Automotivo, conforme o que determinam os artigos 4º e 36 da decisão nº 70/2000.

O CMC admite que em alguns casos a TEC poderá ser superior ou inferior à alíquota. Para automóveis de passageiros com cilindrada menor do que 1.000 cm³, por exemplo, a alíquota é de 20%, mas essa porcentagem varia de país para país no MERCOSUL: Brasil e Argentina adotam o percentual de 35%, no Uruguai ela é de 23% e no Paraguai, 10%.

Os acordos de complementação econômica (ACE) entre os Estados-partes é outra prática importante no processo de integração regional e têm relevância principalmente para determinados setores das economias nacionais. No MERCOSUL, diversos ACE foram estabelecidos e envolveram questões ligadas às alíquotas de importação, às relações bilaterais no comércio de produtos automotivos e à habilitação de produtores e exportadores etc.

Entre esses ACE é possível mencionar o ACE n.18, que trata amplamente das operações comerciais no MERCOSUL, e também o ACE n.14, estabelecido entre Brasil e Argentina, além dos ACE n.66, 67 e 68, 69 e 70, estabelecidos entre Brasil e Uruguai. Esses são apenas alguns exemplos de ACE estabelecidos entre os países do MERCOSUL e que têm importância para a indústria automobilística.

O artigo 6º do ACE n.68, assinado entre Brasil e Uruguai, é um exemplo interessante para a análise das trocas comerciais envolvendo os países signatários do MERCOSUL e das implicações disso para as respectivas indústrias automobilísticas nacionais. Segundo esse artigo da ACE n.68, de 2008, os produtos automotivos produzidos no território brasileiro, quando atenderem ao índice de conteúdo regional, terão livre acesso (e com preferência) ao mercado da República Oriental do Uruguai. Acordos relacionados também foram assinados entre Brasil e Uruguai, muitos deles entre 2007 e 2013.

A partir da assinatura de acordos como esses, acredita-se que pode haver uma mudança nas redes locais/regionais de produção, haja vista que isso poderia atrair novas indústrias e estimular a produção de determinados produtos da indústria. Poderia, ainda, ocasionar transformações relacionadas ao desempenho dos países no comércio bilateral, permitindo, por exemplo, o aumento no valor e/ou volume das transações comerciais realizadas dentro do bloco.

Além disso, outros incentivos também foram surgindo e desaparecendo à medida que os governos nacionais buscavam alavancar a competitividade das indústrias e promover o crescimento econômico por meio das atividades industriais. Já foi mencionada, por exemplo, a isenção de impostos para importação de bens de capital, mas outros casos incluíram também a redução do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e até mesmo “a redução do imposto de importação de veículos de transporte pelas montadoras locais” (ZAULI, 2000, p.79).

Recentemente, outras medidas ou políticas de incentivo foram adotadas com o objetivo de estimular também a atividade econômica nos países-membros, mas essas medidas geralmente se limitam à tentativa de desenvolver determinadas indústrias dentro do bloco e possuem características mais voltadas para a governança dentro de um país em específico, o que de certa forma entra em contradição com os pressupostos de uma economia regional que deveria ser integrada e ter características econômicas complementares. Aqui, o processo de inserção das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL à economia mundial admite implicações e mudanças importantes para as políticas industriais e comerciais praticadas em cada país e no MERCOSUL de um modo geral.

No Brasil, um dos exemplos mais recentes dessas políticas é o programa INOVAR-AUTO. Decretado em 3 de outubro de 2012, esse programa visa, entre outras coisas, apoiar o desenvolvimento tecnológico, a inovação e a qualidade dos veículos e das autopeças produzidas e/ou comercializadas no país (BRASIL, 2012a). O programa tem forte conotação política e, de certa forma, demonstra, por meio de políticas setoriais e industriais, a dimensão política do poder dos territórios nacionais e sua influência sobre o desenvolvimento de suas respectivas indústrias.

Um acontecimento importante nesse contexto do programa INOVAR-AUTO ocorreu logo após a defesa dessa tese, chamando atenção pelas ações que foram realizadas pelos agentes envolvidos na cessão de benefícios às montadoras de automóveis. Estamos nos referindo ao caso da montadora chinesa Jac. A montadora iniciou suas atividades no Brasil recebendo os benefícios que foram concedidos por meio da participação no programa INOVAR-AUTO. Em contrapartida, a montadora se comprometeu a construir uma fábrica no município de Camaçari, na Bahia.

Contudo, o acordo não foi cumprido e, no final de maio de 2016, o governo se manifestou no sentido de cobrar os incentivos que haviam sido concedidos à montadora entre os anos de 2013 e 2014, solicitando a devolução dos impostos relacionados às importações realizadas pela montadora. Consequentemente, a montadora foi excluída do programa e, no cenário previsto para 2016, ainda continuará tendo a possibilidade de realizar as importações, porém pagando impostos que agora não mais se enquadram nos benefícios concedidos pelo programa.

Foram bastante populares no Brasil também a redução do IPI para a compra de carros novos e a diminuição do IOF (Imposto Sobre Operações Financeiras) para todas as operações de crédito de pessoas físicas (BRASIL, 2012b). No dia 30 de junho de 2014, por exemplo, uma nova medida do governo brasileiro foi adotada visando manter os níveis de produção e estimular

o consumo interno. Trata-se da renovação do acordo que congela a taxa de arrecadação proveniente da produção de veículos novos. O acordo oferecido pelo governo brasileiro às montadoras de autoveículos foi mantido, supostamente, até o final de 2014.

O Quadro 1 apresenta as alíquotas que supostamente deveriam ser aplicadas e aquelas que estavam vigentes para cada categoria de produtos até o final de 2014. Com o anúncio feito pelo Ministro da Fazenda, “os automóveis de até 1.000 cilindradas e utilitários permaneceram até o final de 2014 com a alíquota de 3%; os de até 2.000 cm³ (flex), de 9%; acima de 1000 cm³ até 2000 cm³ (gasolina) de 10%. A renúncia fiscal estimada foi de R\$ 800 milhões entre julho e dezembro de 2014, somando R\$ 1,6 bilhão no ano” (MINISTÉRIO DA FAZENDA, site oficial). O acordo teve forte conotação de defesa e manutenção do emprego dos trabalhadores da indústria, mas ofereceu também benefícios diretos às montadoras.

QUADRO 1 - IPI NA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA BRASILEIRA.

Veículos	Alíquota normal	Alíquota vigente até 31/12/2014
Até 1000 cc	7	3
Acima de 1000 até 2000 cc - flex fuel	11	9
Acima de 1000 até 2000 cc - gasolina	13	10
Acima de 2000 cc - flex fuel	18	18
Acima de 2000 cc - gasolina	25	25
Caminhões	0	0
Ônibus	0	0
Utilitários	4 e 8	3

Fonte: Ministério da Fazenda do Brasil, Secretaria de Política Econômica.

Além dessas políticas de incentivo à produção e ao consumo, surgiram também alguns financiamentos para tentar estimular a implantação, expansão ou modernização de linhas de produção para montagem de veículos automotores no país. Já outros incentivos entram no regime de financiamento “especial”. Esse é o caso do Pré-embarque Automóveis. Nessa modalidade, os incentivos estão restritos somente às operações que envolvem veículos com o índice de nacionalização ou de conteúdo nacional mínimo, que deve ser superior a 60%, em valor e peso (BNDES, site oficial).

O índice mínimo de nacionalização, ou conteúdo nacional mínimo, representa um dos pilares da política comercial de qualquer país, principalmente por impactar de forma significativa a balança comercial. Ele é de suma importância para a política de desenvolvimento das indústrias nacionais e está diretamente relacionado ao regime de origem adotado pelos blocos regionais de comércio.

O índice mínimo de nacionalização ou conteúdo nacional mínimo se refere ao percentual de insumos e outras matérias-primas utilizadas no processo de produção dentro do próprio país ou território onde as firmas se localizam. Atualmente, no MERCOSUL, ele é de 60%. Ou seja, para que os países membros do MERCOSUL possam obter a isenção das tarifas alfandegárias eles deverão produzir, no mínimo, 60% de seus insumos nos países do bloco.

Contudo, durante o percurso realizado por esses produtos ou insumos em tempos e espaços geográficos distintos, várias dificuldades podem surgir quando analisamos as importações, considerando que esses produtos ou insumos podem ter sido elaborados a partir de componentes de diversos países e ter adquirido valores agregados que não mais condizem com as regras de origem estabelecidas pelos blocos regionais de comércio — daí o motivo pelo qual existe a necessidade de adotar critérios específicos para determinar a porcentagem de conteúdo mínimo nacional.

O Regime de Origem do MERCOSUL (ROM) é um regime constituído pelo conjunto de requisitos e procedimentos acordados pelos países-membros tendente a determinar se um produto qualifica ou não para a outorga do tratamento preferencial estabelecido pelos acordos do MERCOSUL, que inclui a eliminação das tarifas aplicadas ao comércio intrarregional. (MERCOSUL, site oficial). O ROM prevê que

como regra geral para que sejam considerados como “produtos originários do MERCOSUL” os bens elaborados integralmente no território de qualquer dos Estados Partes do MERCOSUL ... na medida em que o valor CIF dos insumos importados de terceiros países não exceda 40% do valor FOB do bem final (regra do valor agregado) ... O ROM é um regime transitório, cuja vigência está prevista até 31 de dezembro do ano 2016 (Decisão CMC Nº 44/10). (MERCOSUL, site oficial, 2014)

Essas observações acerca do regime de origem são importantes dentro do bloco, principalmente considerando que a união aduaneira ainda não foi efetivada no MERCOSUL. Infelizmente, devido ao limitado escopo deste trabalho, não podemos avaliar em que medida o regime de origem vem impactando o valor e o volume das importações e a balança comercial dos países-membros do MERCOSUL. De qualquer forma, sabemos que tanto a eficácia do regime quanto as suas implicações exercem impacto inequívoco no desempenho comercial dos países membros desse bloco regional de comércio.

O diálogo entre os países membros do MERCOSUL é fundamental para se tentar implementar uma política industrial que favoreça o comércio bilateral entre as indústrias e os países envolvidos. A propósito, uma discussão recente reacendeu o interesse em torno das quotas de importação de produtos automotivos entre os países-membros. Trata-se da discussão

do regime flex, adotado em Junho de 2014, e que supostamente teria validade de um ano. Após sucessivas renovações, o acordo continua vigente e deve permanecer até Junho de 2016.

O acordo bilateral do regime flex estabelece algumas regras no comércio bilateral de veículos entre Brasil e Argentina. Para as montadoras o novo regime parece incomodar um pouco a atmosfera dos negócios, mas para os países talvez seja uma forma justa de controlar o comércio bilateral entre os países ou, ainda, de tentar domesticar as práticas comerciais potencialmente danosas para as economias e territórios nacionais do MERCOSUL.

O regime flex prevê que para cada US\$ 1 milhão que a Argentina vender ao Brasil, o Brasil poderá exportar US\$ 1,5 milhão em produtos automotivos sem pagar imposto. O que passar disso terá alíquota de 35%. “Além do sistema flex, o protocolo assinado com os argentinos prevê que os setores produtivos dos dois países mantenham uma participação mínima nos respectivos mercados de veículos, de 11% de automóveis argentinos no Brasil e 44,3% de brasileiros na Argentina.” (DCI, 2014).

A dúvida que fica nos territórios da indústria em todo o MERCOSUL diz respeito ao impacto dessas políticas industriais e econômicas na relação entre as montadoras e as associações de fabricantes, representantes de autopeças e componentes, sindicatos etc. Para as montadoras, o acordo poderia representar uma tentativa de limitar o comércio intrazona, o que poderia interferir na onda de investimentos destinada para o setor nos próximos anos.

Para alguns, essa atitude poderia levar, por exemplo, à redução de investimentos em novas unidades industriais (ANFAVEA, 2014, p.36). Mas, obviamente, trata-se de um jogo de forças no qual, de um lado, as montadoras buscam manter a boa atmosfera para os negócios e o livre-comércio e, do outro, os países se organizam para tentar obter, em conjunto, os benefícios da participação em uma economia integrada em nível macrorregional.

2.3. Localização e concentração espacial da indústria automobilística: a discussão sobre os fixos

A preocupação com a localização industrial é um tema clássico na Geografia Econômica, e é também um dos temas que mais chamam a atenção dos geógrafos sob o ponto de vista do planejamento regional, urbano e industrial. Além disso, a indústria é tradicionalmente conhecida por permitir o surgimento de externalidades positivas. Neste contexto, para Dicken (1998, p.316), a indústria automobilística é “um dos setores mais importantes não só pelo tamanho da indústria, mas, também, devido à sua capacidade de gerar

efeitos que se desdobram em muitos outros setores através da ligação que a indústria automobilística possui com outras indústrias”.

Considerando os aspectos econômicos, em particular, a indústria automobilística é também motivo de prestígio pelo fato de criar possibilidades para o crescimento econômico. Em 2009, somente a indústria automobilística brasileira representou 5% do PIB nacional e 23% do PIB industrial (ANFAVEA, 2010). Além disso, a indústria automobilística é um dos setores da economia brasileira que sempre estão no discurso político de governantes, empresários, representantes de organizações e classes etc.

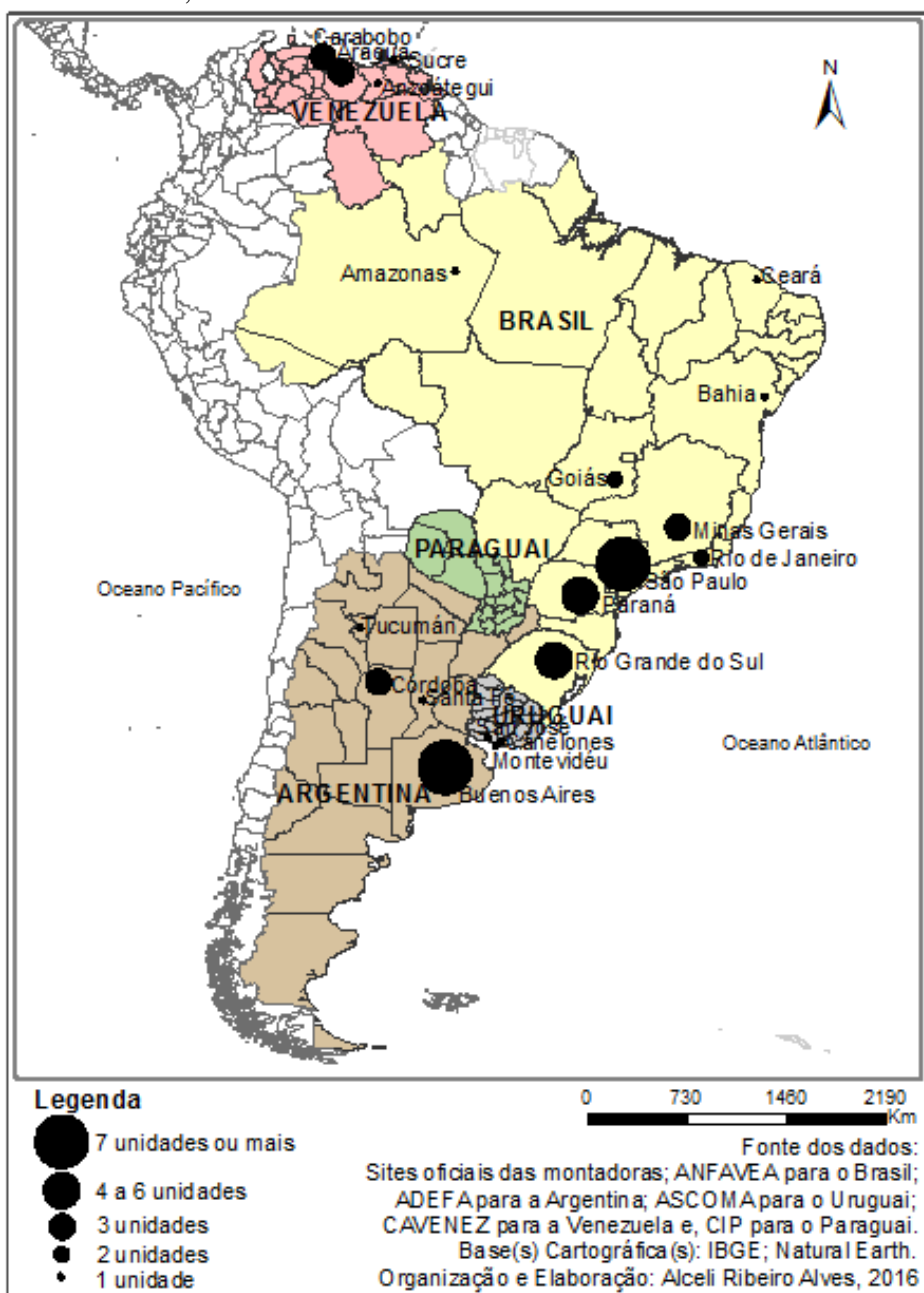
É interessante notar, por exemplo, que o discurso político adotado nas eleições para a presidência da República em 2014 já continha uma apreciação da ideia de que as indústrias nacionais precisam se conectar às redes globais de produção. Conforme as palavras do candidato do PSDB à presidência da República para as eleições de 2014, o Senador Aécio Neves, “temos que fortalecer a nossa indústria, para isso precisamos nos conectar de novo com as cadeias globais de produção” (NEVES, 2014).

Cientes dos benefícios econômicos, da questão do planejamento e da necessidade de participar efetivamente da economia mundial, os governos da Argentina, do Brasil, do Paraguai, do Uruguai e da Venezuela optaram por abrir seus mercados para o comércio internacional e para a entrada de novas montadoras no setor de autoveículos, sobretudo a partir da década de 1990. Aliado a esses fatos, deve-se observar ainda a formação e integração regional do MERCOSUL, ocorrida em 1991, e que vem facilitando o comércio na região e permitindo que novas montadoras se instalem em mercados anteriormente considerados como protegidos.

Dessa forma, várias montadoras de autoveículos passaram a visualizar as oportunidades oferecidas pelos governos nacionais e estaduais (provinciais) do MERCOSUL e iniciaram uma nova corrida para tentar localizar suas novas unidades industriais dentro desse bloco regional de comércio. Assim, por estarem localizadas nos Estados-partes do MERCOSUL, as montadoras de autoveículos podem estabelecer estratégias corporativas dentro do bloco e aumentar suas vantagens competitivas por meio das vantagens locais e dos benefícios econômicos e comerciais que lhe são ofertados.

É considerando esse cenário que se buscou investigar também a localização atual das principais unidades industriais das montadoras de autoveículos no MERCOSUL, e caracterizar algumas das principais transformações na geografia da indústria dentro desse bloco antes de e, sobretudo, após 1990. Dando início a essa tarefa, a Figura 2 apresenta elementos importantes envolvendo a geografia da indústria no MERCOSUL e mostra a localização e concentração das montadoras de autoveículos nesse bloco regional em 2013.

FIGURA 2 - UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NOS PAÍSES E ESTADOS (PROVÍNCIAS) DO MERCOSUL, 2013



No total, foi possível contabilizar 55 unidades industriais produtoras de autoveículos no MERCOSUL. Conforme mostra a Figura 2, o maior número de unidades está concentrado no Brasil, na Argentina e na Venezuela. Em termos de concentração geográfica, o Brasil é o país de maior importância na indústria automobilística dentro do bloco, com um total de 32 unidades industriais. Em seguida temos a Argentina, com um total de doze unidades, a Venezuela com oito, e o Uruguai com três unidades industriais. No caso do Uruguai, porém, as

unidades são predominantemente caracterizadas por parcerias (*joint-ventures*) com as montadoras, incluindo a participação de capital nacional.

Conforme foi mencionado anteriormente, discutiremos brevemente algumas das principais transformações ocorridas na geografia da indústria no MERCOSUL antes de e, sobretudo, após 1990. Essa será a tarefa a ser contemplada na seção seguinte. Entretanto, devemos estar convencidos de que nosso objetivo com essa análise é limitado, visto que já existem inúmeros trabalhos que se dedicaram a essas discussões durante as últimas décadas, tanto no âmbito da Geografia como de outras ciências.

Além disso, há que se enfatizar que o escopo deste trabalho está predominantemente voltado para a análise das relações econômicas entre países e dos fluxos de comércio internacional envolvendo as indústrias automobilísticas nacionais, de maneira que o tema da concentração geográfica pouco aparece na análise e, conseqüentemente, é minimamente discutido. Se considerássemos o tema da concentração geográfica das atividades econômicas como um dos principais temas da Geografia Econômica e o denominássemos simplesmente de *iceberg*, então, há que se ter em mente de que a análise conduzida na seção seguinte apenas arranha a ponta desse nosso *iceberg*.

2.4. Brasil, Argentina e Venezuela: os principais territórios da indústria automobilística

No Brasil, o estado de São Paulo tem o maior número de montadoras distribuídas por sete cidades diferentes. O maior destaque é a cidade de São Bernardo do Campo, com cinco unidades. Cinco montadoras distintas (Mercedes-Benz, Volkswagen, Karmann Ghia, Scania e Ford) estão localizadas em São Bernardo do Campo, mas o estado como um todo possui a presença de pelo menos mais quatro montadoras (GM, Honda, Toyota, Hyundai), todas localizadas relativamente próximas a São Bernardo do Campo.

Do ponto de vista da temporalidade, a grande maioria das montadoras que possuem unidades industriais em São Paulo instalou-se no estado antes de 1990. As montadoras japonesas Toyota e Honda, juntamente com a coreana Hyundai, foram pioneiras no sentido de que passaram a buscar novas localidades fora da região do ABC, conhecido como o tradicional centro para a indústria automobilística no estado.

Outro fato importante e talvez antagônico a ser destacado sobre a centralidade do estado de São Paulo tem a ver com a desconcentração espacial da indústria ocorrida no Brasil após a década de 1970. A análise de Negri (1994) é interessante nesse sentido, porque considera um recorte temporal bastante amplo (1880–1990) para examinar os processos de concentração

e desconcentração espacial da indústria no Brasil. O autor faz uso do valor da transformação industrial (VTI) como variável analítica e, embora não tenha se dedicado à análise específica do setor automobilístico, sua tese revela que entre 1907 e 1970 ocorreu o processo de concentração industrial no estado de São Paulo. Após esse período, a indústria sofreu o processo inverso, ou seja, o da desconcentração industrial.

O autor considera que o processo de concentração industrial paulista observado até a década de 1970 pode ser verificado pela participação do estado de São Paulo no valor da produção industrial nacional durante o período 1907–1970. Se no início do século XX a participação paulista no valor da transformação industrial do país era de 15,9%, em 1970 esse valor saltou para 58,2%. Já entre 1970 e 1990 houve uma redução da participação de São Paulo no VTI (de 58,2% para 49,2%), período em que o processo de desconcentração espacial da indústria passou a ocorrer.

Sob o ponto de vista da dinâmica espacial, a análise de Negri também é relevante. Esse autor se preocupou em explicar os determinantes do processo de desconcentração da indústria paulista em direção a dois recortes espaciais previamente delimitados. De um lado, o autor analisa o processo de desconcentração espacial da indústria do estado de São Paulo em direção ao resto do país. De outro, o processo é analisado considerando a desconcentração do sentido Região Metropolitana de São Paulo ao interior paulista.

A análise de Negri (1994) deixa evidente que o papel do Estado Nacional, e, sobretudo, do II Plano Nacional de Desenvolvimento (PND), foi fundamental no processo de desconcentração espacial da indústria. A partir da década de 1970, com a implantação do II PND, as indústrias pesadas passaram a ser instaladas em outros estados brasileiros, e as periferias nacionais, por conseguinte, tornaram-se as maiores receptoras dos novos investimentos.

Para o referido autor, a mudança em direção a estados considerados periféricos não minimizou a importância da região metropolitana de São Paulo no amplo contexto do processo de desconcentração espacial da indústria a partir da centralidade exercida pela capital paulista. Além disso, entre 1970 e 1980, o interior do estado de São Paulo também se “beneficiou mais do que as demais regiões brasileiras” (NEGRI, 1994, p.143).

A indústria automobilística também é citada pelo autor, por exemplo, quando ele considera a importância conquistada pelo estado de Minas Gerais, que, entre 1970 e 1980, ampliou sua participação na produção de automóveis “para atender a demanda no mercado interno” (ibid.). Conforme veremos um pouco mais adiante, tal afirmativa se justifica também

devido ao fato de que, em 1976, a FIAT havia instalado uma fábrica no estado para produzir o modelo 147.

A análise de Caiado (2002) também trata do processo de desconcentração espacial da indústria paulista em direção às periferias como resultado do II PND. Da mesma forma que Negri (1994) havia destacado em sua tese, Caiado (2002) considerou que, embora fosse possível afirmar a ocorrência do processo de desconcentração espacial da indústria, a produção industrial em São Paulo continuou crescendo em ritmo elevado entre 1970 e 1985. Mas o que ocorreu de fato, segundo o autor, foi que as periferias nacionais passaram a participar mais efetivamente na produção industrial, “obtendo um desempenho extraordinário” (CAIADO, 2002, p.24).

Apesar disso, Caiado aponta ainda outras questões que interferiram no processo de desconcentração espacial da indústria a partir do estado de São Paulo e Região Metropolitana de São Paulo (RMSP). Para Caiado (2002), as deseconomias de aglomeração, o sindicalismo forte; além da ação fiscalizadora da Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (CETESB) quanto aos níveis de emissão e lançamento de dejetos — reduziram a atratividade da metrópole para a localização industrial e colaboraram para diminuir sua participação na produção industrial nacional “de 43,5% para 29,4%, entre 1970 e 1985” (ibid. 2002, p.26).

Caiado ainda analisa as transformações envolvendo o processo de desconcentração industrial paulista utilizando duas novas periodizações — uma que vai de 1989 a 1994, e outra que se inicia em 1994 e vai até o início dos anos 2000. No primeiro período, o autor menciona o processo de abertura econômica de um modo geral e destaca principalmente o papel das privatizações no processo de desconcentração; já no segundo, o autor chama a atenção para as “medidas liberalizantes” (CAIADO, 2002, p.100), tais como a flexibilização de direitos trabalhistas, o reconhecimento de patentes estrangeiras em áreas estratégicas e a entrada de novos fluxos de investimento direto estrangeiro (IDE).

Para Ramalho *et al.* (2009), a partir da década de 1990, as políticas de “Estado mínimo”, contrárias a incentivos e protecionismo, passaram a ser implementadas no Brasil, e isso acabou minimizando o relativo prestígio que a região do ABC paulista tinha no amplo contexto nacional desenvolvimentista que fora motivado pelo processo de industrialização ocorrido entre as décadas de 1950 e 1970. Já no governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso (1995–2002) houve uma nova onda de liberalização econômica e as importações brasileiras de produtos automotivos aumentaram consideravelmente, gerando um desequilíbrio na balança comercial envolvendo o setor automobilístico.

Esse desequilíbrio, por sua vez, foi o estopim que permitiu ao governo de Cardoso criar, em meados da década de 1990, uma nova política industrial, ou melhor, um novo regime

automotivo, que ofereceu “incentivos fiscais para as empresas montadoras de veículos e para as fabricantes de autopeças já instaladas ou que viessem a se instalar no Brasil” (RAMALHO *et al.*, 2009, p.154). Ainda de acordo com a análise de Ramalho *et al.* (2009), com o novo regime, a região do ABC paulista ficou prejudicada, pois os índices de desemprego aumentaram na região e as montadoras e empresas de autopeças passaram a localizar suas fábricas em outros estados, ou seja, fora do ABC.

Dito de outra maneira, com a adoção do novo regime automotivo o Estado Nacional permitiu a entrada de novas montadoras e investimentos em novas unidades industriais localizadas fora do ABC paulista e do estado de São Paulo de um modo geral, porém, conforme afirmam Arbix e Zilbovicius (1997, p.449), esse movimento permitiu ainda “a concentração do poder nas mãos das grandes montadoras”.

Ao analisar o caso específico da implantação do modelo de consórcio modular na Volkswagen, na unidade industrial localizada na cidade de Resende (RJ), os autores revelam que, além do processo de desconcentração espacial da indústria a partir do estado de São Paulo e da guerra fiscal entre os estados da federação, novas técnicas de produção e reestruturações dentro da cadeia de produção automotiva passaram a ser amplamente difundidas no território nacional, sobretudo nas fábricas mais novas, as chamadas *greenfield units*.

Essas novas técnicas e modelos de produção se relacionam mais diretamente à estratégia das grandes montadoras e às maneiras pelas quais elas estabelecem relações com as demais empresas consorciadas. Por se tratar de uma característica voltada mais especificamente para a gestão das empresas e a cadeia de produção propriamente dita, não iremos concentrar nossas discussões em temas envolvendo esses novos modelos ou experimentações, mas é interessante notar que, com o processo de desconcentração espacial da indústria e a inserção das *greenfield units* na produção de autoveículos, não apenas a geografia da indústria se modificou, mas também as relações entre as empresas e, obviamente, as relações destas com os trabalhadores e sindicatos.

Em Botelho (2000), a questão sindical emerge com destaque para explicar o processo de desconcentração espacial da indústria paulista. Para o referido autor (2000, p.65) a instalação da Fiat na cidade de Betim (MG), em 1973, e da Volvo em Curitiba (PR), em 1978, basearam-se em “esquemas de incentivos fiscais e de baixíssima atividade sindical em relação ao cinturão industrial de São Paulo”, referindo-se à região do ABC paulista.

É certo que essa mudança na geografia da indústria é anterior às mudanças ocorridas no país após década de 1990, como no caso do consórcio modular observado em Resende, mas a questão sindical foi relevante em ambos os momentos. Se antes de 1990 os sindicatos de

regiões tradicionais supostamente colocavam entraves para as negociações e para a implantação de novos modelos de produção, após a década de 1990 as *greenfield units* se tornaram mais atrativas e seus sindicatos poderiam ser considerados como relativamente mais tolerantes.

Na análise de Caiado (2002), a guerra fiscal entre os estados também aparece como outro elemento importante no processo de desconcentração. Nesse contexto, é interessante a análise de Santos e Silveira (2001) para se estabelecer uma breve relação entre a guerra fiscal e as mudanças na geografia das indústrias. Para Santos e Silveira (2001, p.112), “as mudanças de localização de atividades industriais são às vezes precedidas de uma acirrada competição entre estados e municípios pela instalação de novas fábricas”.

Para Caiado, a guerra fiscal foi exacerbada, chegando a um patamar em que alguns governos “extrapolaram os limites da ética pública” (CAIADO, 2002, p.100). Ao mencionar os benefícios fornecidos às empresas, o autor cita casos como o da Renault e da Chrysler no estado do Paraná e o da Ford na Bahia. Em alguns casos, afirma o autor, esses benefícios envolviam “a concessão de isenções e subsídios, a realização de obras e implantação de serviços públicos específicos, e até mesmo transferências diretas de recursos públicos às empresas” (CAIADO, 2002, p.100).

No que concerne ao processo de desconcentração industrial paulista, é importante destacarmos ainda a perspectiva de Sandra Lencioni. A autora (2011) discute inicialmente o processo de metropolização do espaço geográfico de um modo geral para tratar, em seguida, e de forma particular, do processo de desconcentração industrial paulista. Para ela, este é um processo que está diretamente relacionado àquele. Em sua análise, Lencioni (2011) se refere a dados que foram analisados também em Negri (1994) e Caiado (2002) e, portanto, considera o VTI para tratar do processo de desconcentração industrial paulista.

Segundo a autora, é evidente que São Paulo está há alguns anos experimentando um processo de desconcentração espacial da indústria, processo esse que inclusive já ocasionou a perda de inúmeros postos de trabalho na indústria, sobretudo entre 1985 e 2001. Para Lencioni (2011), no entanto, a primazia de São Paulo se revela não necessariamente por meio da participação que a indústria paulista possui no total da produção nacional, mas sim pela natureza dos processos que vêm permitindo que São Paulo exerça funções mais especializadas, tanto em âmbito nacional como dentro de um amplo contexto das chamadas cidades-regiões globais (SCOTT *et al.*, 2001).

Poderíamos dizer que essa desconcentração espacial das atividades manufatureiras a partir de São Paulo está relacionada também aos processos de declínio da indústria mencionados e analisados criteriosamente em Selingardi-Sampaio (2009), mas que, no contexto

da especialização dos lugares em determinados níveis e setores tecnológicos, requer que sejamos capazes de trabalhar com a interpretação dos contrários, pois a desconcentração ocorre de forma seletiva e possibilita a reconcentração de atividades mais especializadas (design, marketing, controle etc.) dentro dos grandes e tradicionais complexos territoriais da indústria no Brasil e, em particular, no estado de São Paulo.

Segundo Selingardi-Sampaio (2009, p.386), seria muito plausível assumir a hipótese de “que a geografia da indústria paulistana está sendo marcada, no pós 1980, pela tessitura de uma mescla de feições e tendências, que configuraria uma eventual fase de transição, em meio à qual podem ser encontrados processos tão *variados* como declínio industrial, (...) recuperação do crescimento geral (...), e surgimento de novos ramos inovativos” (ibid, *grifo nosso*).

Nesse contexto, é possível argumentar que quando as montadoras (e outras firmas) se localizam dentro de novos territórios, como no caso da Renault e da VW-Audi em São José dos Pinhais (PR), é perfeitamente plausível assumir que isso não ocorre como um resultado direto do enfraquecimento de relações e da desconexão entre atores nos territórios tradicionais da indústria previamente estabelecidos, digamos, por exemplo, o estado de São Paulo.

Pelo contrário, o que poderia estar de fato ocorrendo é que esse movimento poderia estar ampliando os antigos e tradicionais territórios estabelecidos pela indústria, permitindo, ao mesmo tempo, a inserção de novas unidades federativas brasileiras (UF) na produção e comercialização de produtos automotivos. Isso, conseqüentemente, cria oportunidades para o desenvolvimento das regiões e para o *upgrading* das firmas e indústrias nessas UF, por meio da aprendizagem, da aquisição e/ou do desenvolvimento de novas funções e competências.

De acordo com esse argumento, pode não haver redução da hegemonia por parte de São Paulo e de seu complexo territorial industrial, mas pode estar ocorrendo um processo que pode ser denominado “desconcentração espacial seletiva” das atividades industriais. Essa desconcentração espacial é seletiva porque se refere à desconcentração espacial de apenas algumas atividades industriais, não abrangendo a indústria como um todo. Nesse caso, são as atividades manufatureiras que sofrem um processo de dispersão para outros territórios da indústria.

Além disso, o surgimento de novos territórios da indústria ou, ainda, o suposto declínio de determinadas atividades industriais nas regiões centrais e com tradição industrial não comprova diretamente que as atividades industriais transcenderam a concentração espacial para se tornarem mais amplamente dispersas. Para Storper (1997, p.299), “essa zona de fronteira entre aglomeração e dispersão é uma das principais questões discutidas em Geografia Econômica [...] e trata-se de uma área teórica e empírica bastante complexa.” Ainda na

perspectiva do mesmo autor, o declínio de determinadas atividades industriais nas regiões centrais e com tradição industrial criou a impressão de que as atividades industriais, em certas indústrias, vêm sofrendo um processo de dispersão e, portanto, enfraquecendo o poder de forças aglomerativas.

No entanto, em Storper e Walker (1989), o posicionamento dos autores já era bastante evidente em relação à importância das forças aglomerativas e das trajetórias de sucesso historicamente alcançadas por determinadas regiões. Daí o porquê de considerar que “as indústrias são organizadas de tal forma que os territórios ainda desempenham um papel vital na organização da produção, e não as grandes corporações multinacionais” (STORPER; WALKER, 1989, p.126, *grifo nosso*).

Os autores deixaram bastante explícito que o fato de uma fábrica buscar novos territórios não significa que as forças aglomerativas estão enfraquecendo. Segundo eles, a inserção e o crescimento de novas periferias representa uma “extensão do sucesso de uma indústria e, conseqüentemente, suas firmas entram em novos territórios para capturar novos mercados e para eliminar competidores que não obtiveram as mesmas inovações.” (ibid, p.87).

Da mesma forma, Storper (1997, p.300) considera que essas possíveis trajetórias de desconcentração espacial das indústrias não devem ser consideradas como processos clássicos de dispersão. Assim, o autor afirma que

por um lado, existem tecidos metropolitanos policêntricos ... nos quais as vantagens da localização podem estar espalhadas por áreas mais vastas; e pode ainda ser possível que certos tipos de economias de aglomeração sejam agora ainda mais regionais do que locais... Por outro lado, alguns desses processos podem estar operando ao nível do sistema das cidades, em que as conexões estão agora estendidas entre aglomerações em uma distância bastante considerável entre si. Em ambos os casos, as firmas não estão tão fortemente ancoradas como as nossas histórias de economias de aglomeração tenderiam a sugerir, mas, também não estariam tão livres como as concepções clássicas de dispersão alegariam.

Com essas considerações em mente, podemos avançar um pouco mais no sentido de considerar que o estado de São Paulo ainda exerce um papel central na organização espacial da indústria dentro do Brasil, concentrando o maior número de unidades industriais produtoras de autoveículos do país. Mas deve-se admitir também que seu domínio vem sendo ameaçado por outros estados que passaram a competir em nível nacional e agora se apresentam como futuros locais de concentração de unidades industriais e de produção de autoveículos. Nesse sentido, conforme afirmou Araújo (2007, p.14), “o mapa da produção de veículos de passeio e comerciais leves ficou mais expressivo no Brasil com a chegada das linhas de montagem em outros estados”.

No início do processo de abertura para o comércio internacional, por exemplo, a produção de autoveículos se concentrava principalmente nos estados de São Paulo e Minas Gerais (que detiam aproximadamente 98,5% da produção total nacional), e menos de 1% nos estados que produzem autoveículos no sul do Brasil, ou seja, Paraná e Rio Grande do Sul (ANFAVEA, 2010). Desde então, a geografia da indústria automobilística brasileira tem sido bastante transformada pela desconcentração das atividades manufatureiras, fazendo com que São Paulo venha perdendo parcela relativa na produção de autoveículos no país durante as últimas duas décadas.

Em 1990, havia apenas quatro estados produtores no país (São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul). Em 2013, esse número saltou para oito. Alguns estados vêm se destacando na indústria e aumentando sua participação relativa na produção de autoveículos. Esses são os casos constatados nos estados do Rio de Janeiro, da Bahia, do Rio Grande do Sul e do Paraná, com certo destaque para esse último.

De fato, em 1990, São Paulo e Paraná representaram 74,8% e 0,5% da produção nacional de autoveículos, respectivamente. Porém, em 2007, a organização espacial da produção já apresentava sinais de intensa transformação. O estado de São Paulo sofreu uma redução no percentual de produção e foi responsável por 43,6% da produção nacional; já o estado do Paraná, por meio da participação significativa do governo estadual na década de 1990 e das políticas industriais descentralizadas praticadas pelo governo federal no final da década de 1980, passou a exercer forte influência na dinâmica de localização de novas indústrias e, consequentemente, novas montadoras de autoveículos foram instaladas nessa unidade da federação (FIRKOWSKI, 2001).

Entre essas indústrias, destacam-se a Renault, que iniciou a construção de uma planta em 1996, e a VW/Audi, que inaugurou sua fábrica em 1999. Ambas estão localizadas no município de São José dos Pinhais, região metropolitana de Curitiba. Ainda em 1999, uma nova aliança estratégica foi firmada entre as montadoras Nissan e Renault. Com essas mudanças na dinâmica de localização e na reconfiguração espacial da produção, o estado do Paraná passou a ter maior representatividade na produção de autoveículos e aumentou sua participação no total da produção nacional, passando de 0,5% em 1990 para 10,9% em 2007 (ANFAVEA, 2010).

Todas essas considerações são sempre importantes em análises que buscam compreender a importância de forças aglomerativas e/ou de dispersão e suas implicações para o desenvolvimento dos territórios e de suas respectivas indústrias. Embora possamos reconhecer o pioneirismo e a tradição do estado de São Paulo na indústria automobilística brasileira, as mudanças no padrão de localização das montadoras no pós-1990 sugerem que esse

estado já não é mais o território de maior preferência entre as montadoras para a realização de atividades manufatureiras.

De fato, analisando-se os dados da Tabela 1 é possível admitir que existe um movimento de desconcentração espacial da indústria no Brasil para fora de São Paulo também no que diz respeito à localização das novas unidades industriais. Ou seja, analisando fatores como a participação relativa na produção de autoveículos e a localização de novas unidades industriais, São Paulo está realmente perdendo competitividade em relação aos demais territórios da indústria automobilística no Brasil. Com exceção das três montadoras asiáticas mencionadas acima (Honda, Toyota e Hyundai), todas as demais montadoras optaram por localizar-se fora de São Paulo após 1990.

De qualquer forma, o número de unidades industriais que passaram a ser instaladas no país (e fora de São Paulo) no pós-1990 é muito significativo. Alguns exemplos que refletem essa nova realidade são os estados do Paraná, como no caso da Renault, DAF e Nissan; do Rio Grande do Sul, em se tratando da GM, Agrale e International, e de Minas Gerais, com Mercedes-Benz e Iveco.

Notadamente, existem montadoras que já estavam localizadas em outros estados do país antes de 1990, como no caso da Volvo em Curitiba (PR), Agrale em Caxias do Sul (RS) e Fiat em Betim (MG). Em alguns casos, porém, há que se considerar que as fábricas produziam caminhões, tratores ou ainda outros veículos pesados, e não necessariamente automóveis de passageiros.

TABELA 1 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NO BRASIL EM 2013

ESTADO	CIDADE	MONTADORA	ANO (antes 1990)	ANO (a partir de 1990)	N .
São Paulo	São Caetano do Sul	GM	1930	-	1
	São José dos Campos	GM	1959	-	1
	São B. do Campo	MERCEDES-BENZ	1956	-	1
	São B. do Campo	VOLKSWAGEN	1959	-	1
	São B. do Campo	KARMANN-GHIA	1960	-	1
	São B. do Campo	SCANIA	1962	-	1
	São B. do Campo	FORD	1967	-	1
	Taubaté	VOLKSWAGEN	1976		1
	Sumaré	HONDA	-	1997	1
	Indaiatuba	TOYOTA	-	1998	1
	Piracicaba	HYUNDAI	-	2012	1
	Sorocaba	TOYOTA	-	2012	1
	Curitiba	VOLVO	1979	-	1
Paraná	São José dos Pinhais	RENAULT	-	1996	1
	São José dos Pinhais	VOLKSWAGEN	-	1999	1
	São José dos Pinhais	RENAULT	-	2001	1
	São José dos Pinhais	NISSAN	-	2001	1
	Ponta Grossa	DAF	-	2013	1
	Caxias do Sul	AGRALE	1962	-	1
Rio G. do Sul	Caxias do Sul	AGRALE	-	1998	1
	Caxias do Sul	INTERNATIONAL	-	1998	1
	Gravataí	GM	-	2000	1
	Betim	FIAT	1976	-	1
Minas Gerais	Juiz de Fora	MERCEDES-BENZ	-	1999	1
	Sete Lagoas	IVECO	-	2000	1
	Porto Real	MAN	-	1996	1
Rio de Janeiro	Porto Real	PEUGEOT CITROEN	-	2001	1
	Catalão	MITSUBISHI	-	1998	1
Goiás	Anápolis	CAOA	-	2007	1
	Manaus	MAHINDRA	-	2007	1
Bahia	Camaçari	FORD	-	2001	1
Ceará	Horizonte	FORD	-	2007	1
Total	-	-	-	-	3
					2

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da ANFAVEA; sites oficiais das montadoras.

Nota: ANO refere-se ao ano de instalação, fundação ou início das atividades da montadora no país.

O Brasil é, sem dúvida, o centro de gravidade para a indústria automobilística no MERCOSUL e concentra o maior número de unidades industriais dentro do bloco. Várias iniciativas vêm sendo realizadas com o objetivo de continuar atraindo novas unidades industriais e promover o desenvolvimento da indústria nacional. Entre essas iniciativas, poderíamos citar o programa INOVAR-AUTO, que tem como alguns dos principais objetivos o incentivo ao desenvolvimento tecnológico, a P&D, a inovação e a melhoria na qualidade dos veículos e das autopeças produzidas e/ou comercializadas no país.

Mais do que uma tentativa de incentivar o desenvolvimento da indústria nacional, o uso de tais políticas industriais e de incentivo (como o INOVAR-AUTO) tende a reforçar o papel de liderança desempenhado pela indústria automobilística brasileira no MERCOSUL. Mas o domínio do Brasil não está limitado somente àquilo que pudemos observar até agora. De acordo com a edição de 2014 do Anuário da ANFAVEA, o país continuará sendo uma das principais rotas de investimentos em novas unidades industriais no MERCOSUL, sendo que algumas delas já estão sendo edificadas nos estados de São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro. (ANFAVEA, 2014). Mas, obviamente, há que se considerar que tais investimentos irão depender da conjuntura macroeconômica do MERCOSUL e, em particular, do Brasil nos próximos anos.

Na Argentina, a maior concentração de unidades industriais está localizada na província de Buenos Aires, conforme vimos na Figura 2. A província possui sete unidades industriais distribuídas pelas cidades de General Pacheco, Mercedes, Zárate, entre outras (Tabela 2). Não há uma cidade ou distrito que se destaque significativamente em relação aos demais dentro da província. Portanto, diferentemente de São Bernardo do Campo, em São Paulo, o padrão de localização em Buenos Aires se dá de forma mais distribuída, embora o número de unidades industriais na província (e na Argentina de um modo geral) seja relativamente menor.

Córdoba poderia ser considerada como um subcentro da indústria na Argentina, ainda que a instalação das unidades industriais nesta província tenha ocorrido, em sua maioria, antes de 1990. A propósito, Buenos Aires e Córdoba são províncias que atraíram unidades industriais antes desse período, mas a instalação da Toyota Motor, PSA Peugeot Citroën e Honda Motor Company em Buenos Aires, após 1990, indica que essa província ainda pode estar na rota dos futuros investimentos e novas instalações de unidades industriais na Argentina.

TABELA 2 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NA ARGENTINA EM 2013

PROVÍNCIA	CIDADE/DISTRITO	MONTADORA	ANO (antes 1990)	ANO (a partir de 1990)	N.
Buenos Aires	Dist. Puerto Madero	MERCEDES-BENZ	1951	-	1
	General Pacheco	FORD	1961	-	1
	General Pacheco	VOLKSWAGEN	1987	-	1
	Mercedes	AGRALE	1988	-	1
	Zárate	TOYOTA	-	1997	1
	El Palomar	PEUGEOT CITROEN	-	1998	1
	Campaña	HONDA	-	2011	1
Córdoba	Distrito de Ferreyra	IVECO	1969	-	1
	Distrito de Ferreyra	FIAT	-	1996	1
	Dist. Santa Isabel	RENAULT	1975	-	1
Santa Fé	Rosario	GM	-	1997	1
Tucumán	San M. de Tucumán	SCANIA	-	2008	1
Total	-	-	-	-	12

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da ADEFA; sites oficiais das montadoras.

Nota: ANO refere-se ao ano de instalação, fundação ou início das atividades da montadora no país.

Passemos agora a analisar não somente a geografia da indústria automobilística na Venezuela, mas também alguns aspectos relacionados à política comercial do país. O estado de Carabobo é um dos mais representativos na indústria automobilística e todas as três unidades industriais no estado estão localizadas na cidade de Valencia. O Aragua é o outro estado de maior importância na indústria, contando com a mesma quantidade de unidades industriais (três) se comparado a Carabobo (Tabela 3).

Na Venezuela, as unidades industriais começaram a ser instaladas desde a década de 1960. As montadoras Ford, Chrysler e Mack são prova dessa presença mais antiga das montadoras dentro do país. A grande maioria dessas montadoras iniciou suas atividades antes de 1990, com exceção de Iveco, Mitsubishi (MMC) e Chery.

Outro fato importante mencionado neste trabalho é que a Venezuela é considerada um dos principais territórios da indústria no MERCOSUL, mas uma análise mais detalhada seria necessária para identificar os problemas que o país vem enfrentando nos últimos anos. Estamos nos referindo ao cenário político-econômico no qual a Venezuela está inserida atualmente perante a comunidade internacional. As relações internacionais e a política de comércio exterior praticadas pelo país podem afetar seu desempenho na produção industrial, o que pode

inviabilizar a entrada de novas montadoras de autoveículos e investimentos de capital estrangeiro.

Atualmente, a fábrica de Valencia encontra sérias dificuldades na produção, já que as matérias-primas e insumos necessários estão escassos devido à falta de divisas para realizar as importações. O mesmo problema se apresenta para as montadoras Ford e GM, também localizadas na cidade de Valencia (PINN, 2014). De fato, as estatísticas mais recentes divulgadas pela CAVENEZ (Câmara Automotriz da Venezuela) refletem essas dificuldades e revelam uma redução de 31,06% na produção de autoveículos entre os anos de 2012 e 2013.

TABELA 3 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NA VENEZUELA EM 2013

ESTADO	CIDADE/DISTRITO	MONTADORA	ANO (antes 1990)	ANO (a partir de 1990)	N.
Carabobo	Valencia	FORD	1962	-	1
	Valencia	CHRYSLER	1968	-	1
	Valencia	GM	1979	-	1
Aragua	Las Tejerías	MACK	1963	-	1
	Las Tejerías	CHERY	-	2011	1
	La Victoria	IVECO	-	1990	1
Anzoátegui	Barcelona	MITSUBISHI (MMC)	-	1990	1
Sucre	Cumaná	TOYOTA	1989	-	1
Total	-	-	-	-	8

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da CAVENEZ; sites oficiais das montadoras.

Nota: ANO refere-se ao ano de instalação, fundação ou início das atividades da montadora no país.

O Uruguai tem participação pouco expressiva na indústria e o Paraguai é o país de menor relevância para o setor automobilístico no MERCOSUL, ao menos no que diz respeito à produção. Não nos causa surpresa saber que a presença de montadoras no Uruguai e Paraguai não é tão significativa quanto no Brasil e Argentina. Esses países possuem participação muito pouco significativa na indústria automobilística e a produção de peças e componentes nos mercados locais ainda é pouco desenvolvida.

Os acordos bilaterais com o Brasil têm favorecido a importação de automóveis produzidos no Uruguai, mas um dos grandes desafios a serem enfrentados pelas montadoras e fornecedores no Uruguai é a adequação às regras de produção e comércio no MERCOSUL. A análise realizada em Alves (2013) discute com um pouco mais de profundidade os acordos, leis e incentivos que regem a política automotiva no MERCOSUL, mas o que é importante ressaltar

nesse contexto é que a rede de fornecedores e firmas uruguaias tem enfrentado sérias dificuldades para conseguir atingir as cotas de conteúdo regional estabelecidas à taxa de 60%, uma vez que a indústria uruguaia de autopeças ainda é muito incipiente.

A presença da indústria automobilística no Paraguai é pequena ou praticamente inexistente, já que o país tradicionalmente não investe na produção de autoveículos e sim na importação desses bens. No Uruguai a indústria automobilística existe, mas a produção de autoveículos é feita, em sua grande maioria, por apenas três montadoras asiáticas, as chinesas Chery e Lifan e a coreana Kia, que recentemente passaram a atuar no país (Tabela 4).

TABELA 4 - LOCALIZAÇÃO E NÚMERO DE UNIDADES INDUSTRIAIS DAS MONTADORAS DE AUTOVEÍCULOS NO URUGUAI EM 2013

DEPARTAMENTO	LOCALIDADE	MONTADORA	ANO (antes 1990)	ANO (a partir de 1990)	N.
Montevideú	Distrito de Colón	KIA	-	2010	1
San Jose	Rota 1, Km38	LIFAN	-	2011	1
Canelones	Barra de Carrasco	CHERY	-	2007	1
Total	-	-	-	-	3

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da ASCOMA (Asociación de Concesionarios y Marcas de Automotores); Investment and Export Promotion Agency; sites oficiais das montadoras.

Nota: ANO refere-se ao ano de instalação, fundação ou início das atividades da montadora no país.

No Uruguai, a Chery encontra-se na planta da OFEROL S.A., na localidade de Barra de Carrasco, no Departamento de Canelones. A atuação da montadora chinesa no Uruguai é voltada para o mercado de automóveis e teve início em 2007, por meio de uma parceria (*joint-venture*) com o grupo SOCMA S.A. da Argentina (Chery International, site oficial). A montadora atua principalmente na montagem de CKDs (peças e componentes de autoveículos completamente desmontados), que é realizada pela empresa OFEROL, e produz principalmente o modelo Tiggo. Os principais mercados consumidores no MERCOSUL são Brasil e Argentina.

Além de estar presente no Uruguai, a Chery investe também na Venezuela e no Brasil. No Brasil, a planta da montadora está localizada na cidade de Jacareí, no estado de São Paulo. A montadora foi inaugurada em 2014 e inicialmente passou a produzir o modelo Celer. Já na Venezuela a planta existe desde 2011, na cidade de Las Tejerías, estado do Aragua. Nessa planta a montadora produz os automóveis Arauca e Orinoco.

Outra gigante chinesa em território Uruguaio é a Lifan que, em 2012, adquiriu uma planta industrial da empresa Effa Motors, do empresário uruguaio Eduardo Effa (EL OBSERVADOR, 2014). A planta está localizada na Rota 1, no Departamento de San Jose. Um

dos principais produtos fabricados pela montadora é o automóvel Lifan 320, muito similar ao BMW MINI. O principal mercado consumidor no MERCOSUL é o Brasil, embora as transações comerciais com o Uruguai tenham diminuído muito ao longo dos últimos anos.

A montadora coreana Kia atua em Montevideú, no interior da planta da NORDEX S.A., localizada no distrito de Colón. A montadora chegou ao Uruguai em 2010, por iniciativa do importador brasileiro José Luiz Gandini. Um dos principais modelos montados no Uruguai é o caminhão leve Bongo K2500, que inicialmente deve atender à demanda nos mercados uruguaio, brasileiro e argentino.

Assim, os dados apresentados nesta seção revelam que, no âmbito do MERCOSUL, a indústria automobilística encontra-se concentrada principalmente no Brasil, Argentina e Venezuela, países com o maior número de unidades industriais produtoras de autoveículos. Apesar de termos discutido brevemente sobre as mudanças ocorridas na geografia da indústria no MERCOSUL, é importante deixar claro para o leitor que talvez esta seja a seção menos satisfatória contida neste trabalho, haja vista que existem inúmeras análises que discutem e já discutiram as forças de concentração e desconcentração espacial da indústria, sobretudo no Brasil, e que este trabalho possui apenas algumas interseções analíticas com essas análises e discussões.

De qualquer forma, não poderíamos deixar de inserir este trabalho nessas discussões e examinar, ainda que de forma breve, algumas das transformações que se referem, em particular, à geografia da indústria automobilística no MERCOSUL. Dito isso, passemos agora a analisar as possíveis implicações envolvendo o aumento no número de unidades industriais das montadoras de autoveículos no MERCOSUL e a participação dos países desse bloco na produção mundial de autoveículos.

2.5. A participação dos países do MERCOSUL na produção mundial de autoveículos.

Há mais de 20 anos, um dos principais economistas da atualidade já descrevia que “uma das principais características da geografia das atividades econômicas (...) é, seguramente, a concentração” (KRUGMAN, 1991, p.5). Na tentativa de sintetizarmos essa característica em nossa análise, procedeu-se à elaboração de uma imagem que pudesse apresentar onde está (ou onde se concentra atualmente) a produção mundial de autoveículos. Essa é a informação que a Figura 3 busca revelar.

Conforme a Figura 3, percebe-se que a China é o principal país produtor de autoveículos do mundo na atualidade. Em 2000, a indústria chinesa já estava entre as grandes e sustentava a oitava posição entre as principais produtoras de autoveículos no mundo (Figura 4). Em 2013, a China ultrapassou a marca dos 22 milhões de autoveículos produzidos, atingindo um número consideravelmente maior do que o alcançado por países desenvolvidos, tais como Estados Unidos, Japão e Alemanha (Tabela 5).

Brasil, Argentina e, em menor grau, Venezuela são os países de maior relevância nas redes de produção automobilísticas no MERCOSUL. O Brasil é o país de melhor desempenho na produção mundial de autoveículos dentro da macrorregião do MERCOSUL. O país saltou da 12ª posição em 2000 para a 7ª colocação entre as principais indústrias em 2010. As tabelas 6 e 7 e as figuras 4, 5 e 6 confirmam o bom desempenho da indústria automobilística brasileira na produção de autoveículos na última década.

FIGURA 3 - PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE AUTOVEÍCULOS NO MUNDO EM 2013



Fonte: OICA. Organização e Elaboração: Alceli Ribeiro Alves, 2016.

TABELA 5 - 20 MAIORES PRODUTORES MUNDIAIS DE AUTOVEÍCULOS (+VENEZUELA) EM 2013

Posição	País	2013		Total	Mudança 2012-2013(%)
		Automóveis	Veículos comerciais ^a		
1	China	18.085.213	4.031.612	22.116.825	14,80
2	Estados Unidos	4.346.958	6.698.944	11.045.902	6,90
3	Japão	8.189.323	1.440.747	9.630.070	-3,10
4	Alemanha	5.439.904	278.318	5.718.222	1,20
5	Coréia do Sul	4.122.604	398.825	4.521.429	-0,90
6	Índia	3.138.988	741.950	3.880.938	-7,00
7	Brasil	2.742.309	998.109	3.740.418	9,90
8	México	1.771.987	1.280.408	3.052.395	1,70
9	Tailândia	1.122.780	1.409.797	2.532.577	4,30
10	Canadá	965.191	1.414.615	2.379.806	-3,40
11	Rússia	1.919.636	255.675	2.175.311	-2,60
12	Espanha	1.719.700	443.638	2.163.338	9,30
13	França	1.460.000	280.000	1.740.000	-11,60
14	Reino Unido	1.509.762	87.671	1.597.433	1,30
15	Indonésia	925.111	283.100	1.208.211	13,40
16	Rep. Checa	1.128.473	4.458	1.132.931	-3,90
17	Turquia	633.604	491.930	1.125.534	4,90
18	Rep. Eslovaca	975.000	0	975.000	5,20
19	Argentina	506.539	284.468	791.007	3,50
20	Irã	630.639	113.041	743.680	-25,60
36*	Venezuela	71.753	-31,10
Outros	...	4.099.566	929.522	5.029.088	...
Total	...	61.333.721	20.937.306	82.271.027	3,70

Fonte: Elaborado pelo autor com base no banco de dados da OICA.

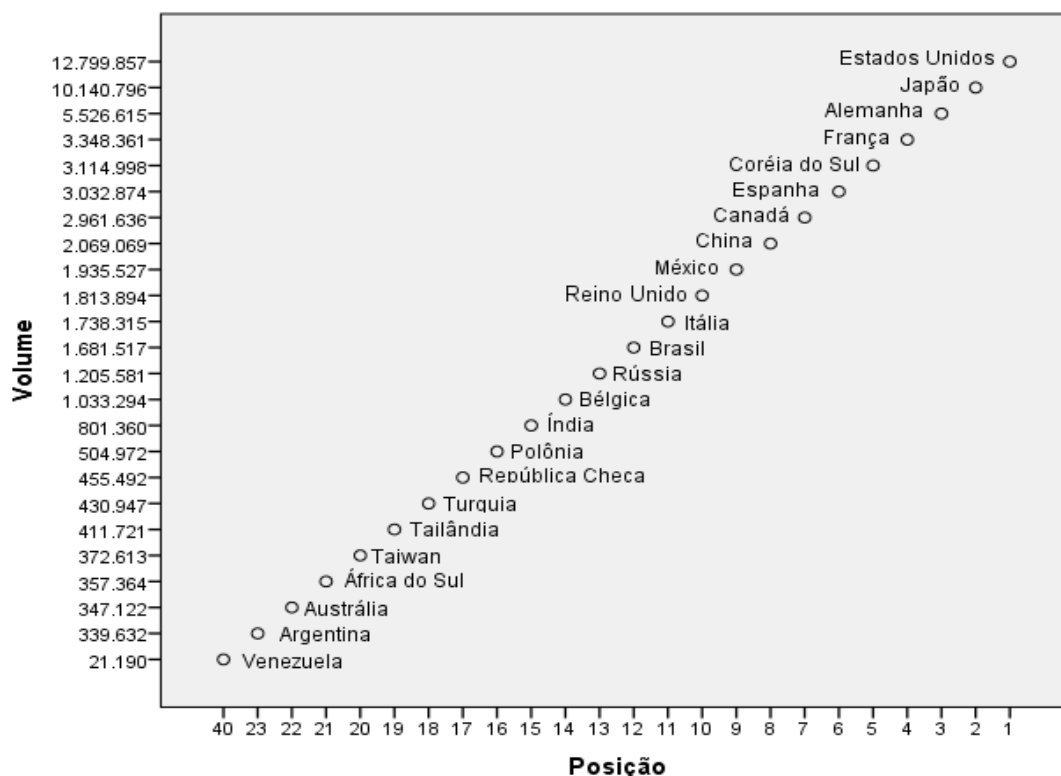
NOTA: Sinal convencional utilizado:

... dado não disponível.

*Posição estimada de acordo com os dados da OICA.

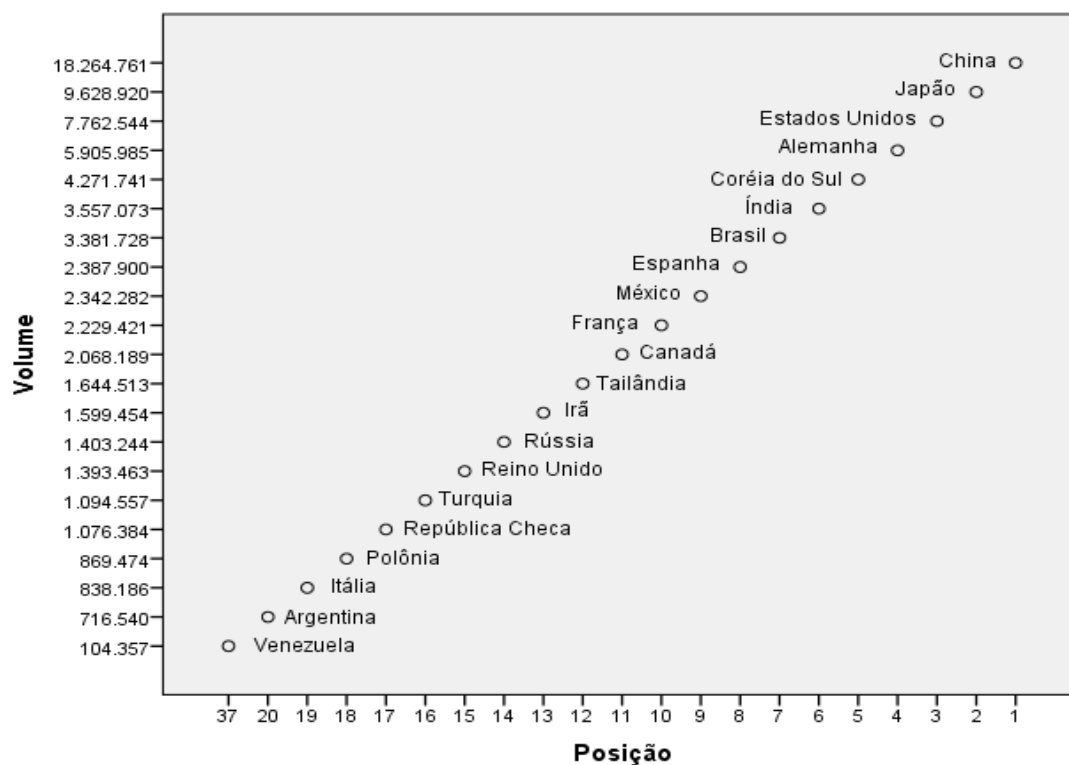
^a Veículos comerciais incluem os veículos comerciais leves, caminhões e ônibus.

FIGURA 4 - VOLUME DE PRODUÇÃO (unidades) E POSIÇÃO DOS PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE AUTOVEÍCULOS EM 2000



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados estatísticos da OICA.

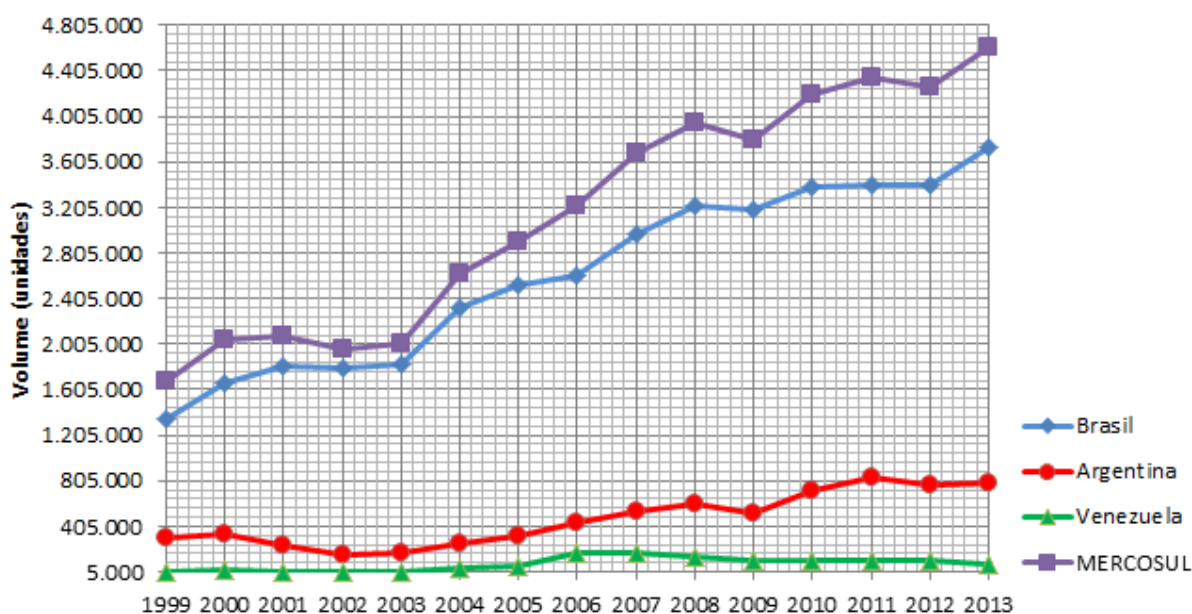
FIGURA 5 - VOLUME DE PRODUÇÃO (unidades) E POSIÇÃO DOS PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE AUTOVEÍCULOS EM 2010



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados estatísticos da OICA.

Contudo, a melhoria nas atividades manufatureiras no Brasil não está limitada somente ao período de 2000 a 2010. A indústria automobilística brasileira foi também responsável por aproximadamente 4,3% da produção mundial de autoveículos em 2013. Isso coloca o Brasil no mesmo patamar de países como Índia, México e Rússia. Cada um desses países produziu em torno de 1 a 5 milhões de autoveículos em 2013 (Figura 3). Na figura 6 podemos observar também que a maior parcela da produção de autoveículos no MERCOSUL é realizada em território brasileiro. Em 2013, o país produziu mais do que 80% da produção total de autoveículos nessa macrorregião.

FIGURA 6 - MERCOSUL: VOLUME DE PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS 1999-2013 (unidades)



Fonte: Elaborado pelo autor com base no banco de dados da OICA.

A evolução do setor nas esferas da produção tem permitido que a indústria automobilística brasileira possa sustentar sua posição entre os principais territórios da indústria automobilística mundial atualmente. Aqui, não estamos considerando que a indústria sofreu um *upgrading* em produtos e processos, mas podemos afirmar que ela seguramente se reposicionou de maneira a exercer maior influência na divisão técnica e territorial do trabalho.

A Argentina, por sua vez, não atingiu a marca de 1 milhão de unidades produzidas. De qualquer maneira, a indústria automobilística argentina é a segunda mais importante no MERCOSUL e vêm melhorando sua posição no ranking dos principais produtores de autoveículos no mundo. A indústria venezuelana possui volume de produção relativamente pequeno, embora o seu volume de produção possa ser comparado aos números alcançados por

países como Portugal, Eslovênia e Ucrânia. Assim como nesses países europeus, o volume de produção da indústria venezuelana em 2013 caiu em relação ao ano anterior (-31,1%).

A Tabela 6 apresenta a posição dos principais países produtores de autoveículos no MERCOSUL entre 1999 e 2013. Para efeito de análise e comparação, foram incluídas algumas economias selecionadas que não pertencem ao MERCOSUL, mas que possuem relações importantes sob o ponto de vista econômico e (geo-)político. No âmbito do MERCOSUL, o Brasil conseguiu melhorar sua posição entre 1999 e 2010, porém, permaneceu em sétimo lugar desde então. Em 2010, o Brasil também perdia a sexta posição para a Índia, país que vem melhorando sua posição entre os principais países produtores de autoveículos desde 1999 e, conseqüentemente, conquistando papel muito importante na indústria automobilística mundial durante os últimos anos.

TABELA 6 - MUDANÇAS NA POSIÇÃO DOS PAÍSES DO MERCOSUL E ECONOMIAS SELECIONADAS NA PRODUÇÃO MUNDIAL DE AUTOVEÍCULOS ENTRE 1999 E 2013

País	1999	2000	2002	2005	2008	2010	2011	2012	2013
China	9	8	5	4	2	1	1	1	1
Índia	15	15	15	12	9	6	6	6	6
Brasil	12	12	11	9	6	7	7	7	7
Rússia	13	13	13	13	12	14	12	11	11
Argentina	22	23	31	28	22	20	20	20	19
África do Sul	20	21	19	22	24	26	25	26	25
Venezuela	41*	40*	41*	39*	37*	37*	37*	36*	36*

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados estatísticos da OICA.

Nota: *Posição estimada de acordo com os dados da OICA.

Novamente, podemos constatar que o melhor desempenho foi o da China. O país saiu da nona posição em 1999 para se tornar o maior produtor de autoveículos do mundo em 2013. Entre 1999 e 2013, a posição da Argentina permaneceu relativamente constante, e a indústria venezuelana saltou algumas posições, alcançando o 36º lugar em 2013, embora seu volume de produção ainda seja muito baixo em relação aos principais países produtores.

De um modo geral, podemos dizer que as indústrias nacionais dos países do MERCOSUL reposicionaram-se de forma positiva entre as principais indústrias produtoras de autoveículos entre 1999 e 2013. Contudo, isso não necessariamente sugere que houve aumento no volume de produção nas indústrias consideradas, pois os dados refletem apenas a participação relativa de cada indústria no volume total de produção realizado durante o período

analisado. De fato, os dados da Tabela 7 nos mostram um efeito contrário para o caso da Venezuela, ou seja, a Venezuela sofreu uma queda significativa (-31,10%) no volume de produção de autoveículos entre 2012 e 2013.

TABELA 7 - MERCOSUL: PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS ENTRE 1999 E 2013 (unidades)

	Brasil	Argentina	Venezuela	Uruguai	MERCOSUL
1999	1.350.828	304.809	5.120	11.639	1.672.396
2000	1.671.093	339.632	21.190	14.404	2.046.319
2001	1.817.237	235.558	13.170	10.530	2.076.495
2002	1.792.660	159.401	11.610	3.579	1.967.250
2003	1.827.038	169.622	12.540	...	2.009.200
2004	2.317.227	260.402	37.752	78	2.615.459
2005	2.528.300	319.755	49.198	...	2.897.253
2006	2.611.034	432.101	171.693	...	3.214.828
2007	2.970.818	544.647	172.418	...	3.687.883
2008	3.215.976	597.086	135.042	...	3.948.104
2009	3.182.617	512.924	111.655	...	3.807.196
2010	3.381.728	716.540	104.357	...	4.202.625
2011	3.407.861	828.771	102.409	...	4.339.041
2012	3.402.508	764.495	104.083	...	4.271.086
2013	3.740.418	791.007	71.753	...	4.603.178

Fonte: Elaborado pelo autor com base no banco de dados da OICA.

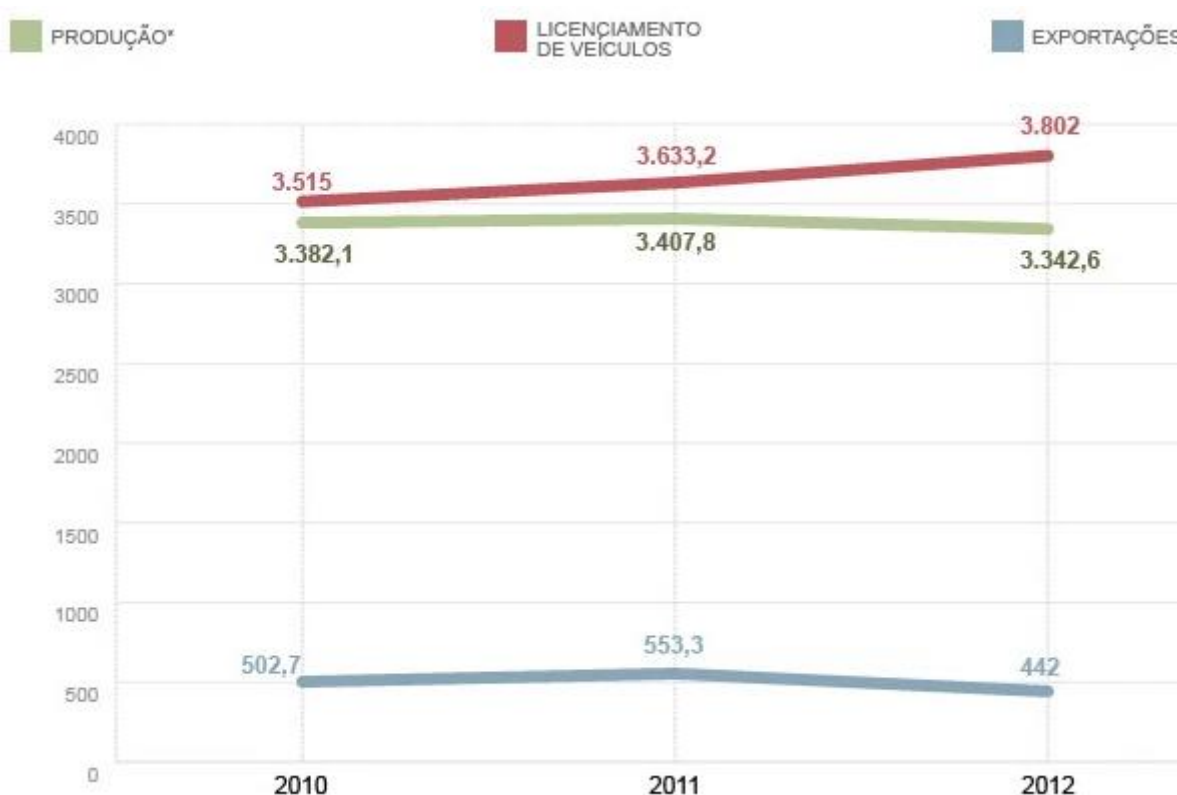
Nota: Sinal convencional utilizado: ... dado não disponível.

Entre 2011 e 2012, Brasil e Argentina também sofreram reduções no volume de produção de autoveículos. No Brasil, grande parcela dessa redução foi atribuída à queda nas exportações, sobretudo no segmento de ônibus e caminhões. Embora as vendas de autoveículos no país tenham superado as expectativas para o período, a diminuição das exportações sugere que o impacto imediato para a indústria brasileira foi a gradual redução no volume de unidades produzidas. A Figura 7, apresentada na matéria da jornalista Priscila Dal Poggetto, demonstra essas oscilações na produção de autoveículos novos no Brasil relacionando-as às exportações e ao número de unidades licenciadas no mercado interno.

Essas observações indicam, mais uma vez, a necessidade de pensarmos em *upgrading* industrial sempre abrangendo análises que relacionam a produção e exportação (comércio) realizada por uma indústria. Embora possamos dizer que esses resultados afetaram o desempenho das exportações e o volume de produção no país, as montadoras não demonstraram desânimo e/ou expectativas ruins para o setor.

Pelo contrário: com as vendas no mercado interno, as montadoras puderam regularizar seus estoques. Se antes os estoques para os automóveis novos registravam um giro de 43 dias, após as vendas eles chegaram a média de 29 dias, “o que é considerado saudável para o setor” (SILVA, 2012, p.1). Além disso, entre 2012 e 2013, a indústria mostrou que é realmente dinâmica e as oscilações na produção resultaram novamente em aumento no volume de automóveis produzidos no país.

FIGURA 7: DESEMPENHO DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA BRASILEIRA
2010–2012*



Fonte: POGGETTO (2013).

NOTA: Sinal convencional utilizado: *em mil unidades.

Ao analisarmos somente a produção mundial de automóveis por países e macrorregiões percebemos que o volume de produção sofreu variações significativas entre 2000 e 2013 (Figura 8). Essas mudanças têm afetado a participação de indústrias e países nas redes globais de produção, abrangendo situações que incluem desde o fechamento de unidades industriais em países da UE-27 até a inserção de novos territórios [por exemplo, os municípios de São José dos Pinhais (PR), Ponta Grossa (PR), Piracicaba (SP) e Sorocaba (SP)] localizados em países emergentes e/ou em desenvolvimento.

A Figura 8 mostra ainda que a macrorregião da Ásia-Oceania é o centro de gravidade para a produção mundial de automóveis. O volume de produção nessa macrorregião aumentou significativamente entre 2000 e 2013. Somente o volume de produção de países como China, Japão, Coreia do Sul e Índia ultrapassou a marca de 33 milhões de unidades produzidas em 2013. A macrorregião é composta por apenas 13 países, mas foi responsável por mais de 50% dos automóveis e autoveículos produzidos no mundo em 2013 (OICA, site oficial).

O volume de produção na África é relativamente muito pequeno, mesmo quando comparado à produção realizada nos países do MERCOSUL. Em 2013, os países do NAFTA (Estados Unidos, Canadá e México) voltaram a atingir os patamares alcançados entre 2000 e 2005. Já as indústrias localizadas na macrorregião da UE-27 apresentaram queda constante no volume de produção desde o ano 2000. Embora o volume de produção de automóveis nessa macrorregião tenha diminuído ao longo dos últimos anos, a produção da UE-27 continua sendo significativamente maior do que a produção realizada nos países do MERCOSUL (mais que o triplo em 2013).

Analisar a participação dos países e das macrorregiões¹³ na produção mundial de autoveículos e automóveis nos permite avaliar uma variedade de cenários, atores e relações no espaço e as implicações disso para a geografia e a economia das indústrias, bem como para a produção do espaço urbano e regional de um modo geral. Nossas discussões tocam em algumas dessas implicações, mas nosso enfoque é muito mais modesto e se limita aos temas que nos conduzem às trajetórias de *upgrading* na indústria. É por esse motivo que passamos inicialmente pela análise da produção para depois podermos discutir as relações de comércio, embora o *approach* inverso também pudesse ser adotado, dependendo das relações que se pretende analisar.

Do ponto de vista da produção, podemos dizer que o MERCOSUL passou a se integrar de forma mais marcante à rede global de produção de autoveículos e autopeças durante as duas últimas décadas. O mesmo pode ser dito para o segmento de automóveis, já que o MERCOSUL vem participando ativamente desse segmento e aumentando continuamente, desde o ano 2000, o volume de produção realizado nessa categoria de produtos (Figura 8)¹⁴. A única exceção a ser feita está entre os anos de 2010 e 2013, período em que as indústrias dessa macrorregião

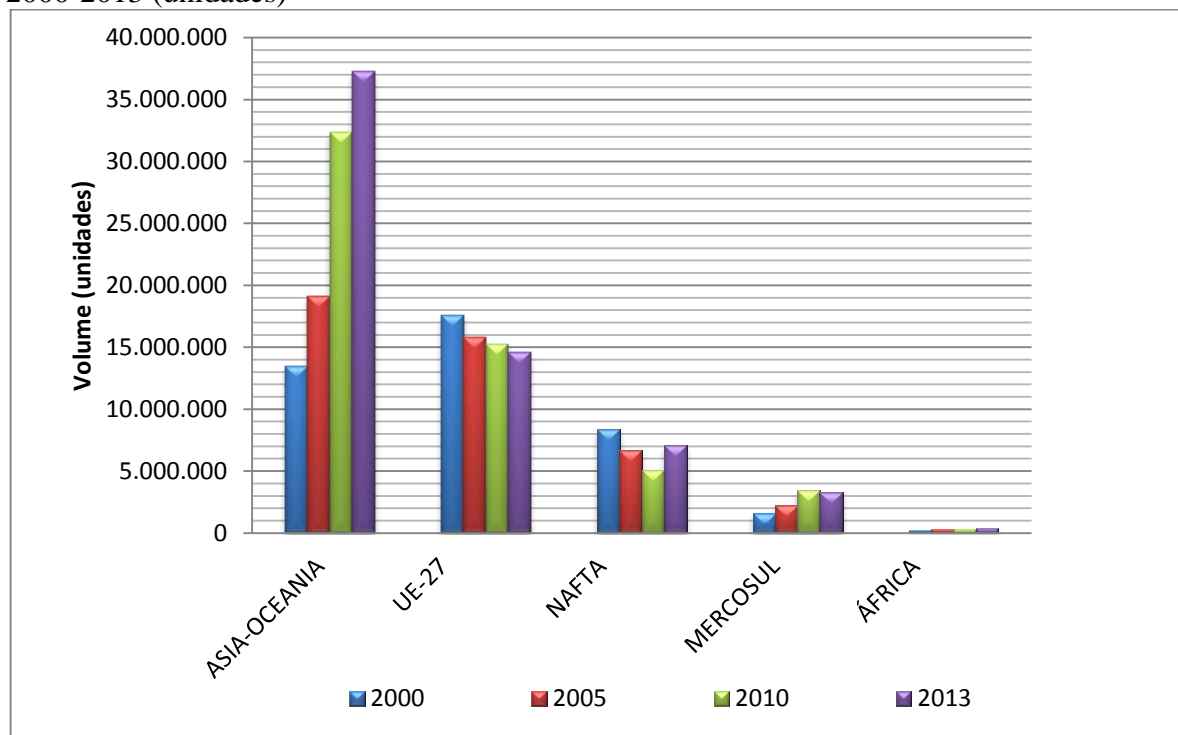
¹³ De acordo com os dados da OICA (2013), Ásia-Oceania se refere ao grupo formado por 13 países: Austrália, China, Índia, Indonésia, Irã, Japão, Malásia, Paquistão, Filipinas, Coreia do Sul, Taiwan, Tailândia, Vietnã. A macrorregião da África é representada por 10 países: Botswana, Egito, Quênia, Líbia, Marrocos, Nigéria, África do Sul, Sudão, Tunísia e Zimbábue. O MERCOSUL apresenta três países produtores: Brasil, Argentina e Venezuela.

¹⁴ As estatísticas de produção da OICA não apresentam dados para o Uruguai e Paraguai.

apresentaram uma redução de aproximadamente 3,5% no volume de produção, algo em torno de 115.000 automóveis.

Conforme as estatísticas de produção divulgadas pela OICA (2013), a produção de automóveis no Brasil aumentou 5,9% entre 2012 e 2013. Em 2013, a indústria brasileira ultrapassou a marca de 2,7 milhões de unidades produzidas e permaneceu como o maior produtor de automóveis entre os países da América do Sul. A indústria Argentina também aumentou 1,8% o volume de produção de automóveis, e a Venezuela demonstrou, mais uma vez, que sua indústria passa por sérios desafios ligados à produção desses produtos.

FIGURA 8 - PRODUÇÃO MUNDIAL DE AUTOMÓVEIS POR MACRORREGIÃO, 2000-2013 (unidades)



Fonte: Elaborado pelo autor com base no banco de dados da OICA.

A partir dos dados da CAVENEZ, pode-se dizer que houve uma redução de 31,06% na produção de autoveículos entre os anos de 2012 e 2013 na Venezuela. Aqui, de acordo dos dados da OICA, podemos chegar à mesma conclusão para a categoria dos autoveículos (31,1%) e automóveis (-31,6%). Analisando a Tabela 7 e a Figura 6, observamos que a indústria venezuelana está realmente experimentando problemas relacionados à produção. A questão que permanece, porém, é saber se (e como) a queda no volume de produção poderia estar associada à turbulenta atmosfera política na Venezuela e/ou a posicionamentos econômico-políticos que

poderiam deixar os investidores estrangeiros com um certo grau de incerteza sobre o futuro do país.

A análise do volume de produção das indústrias automobilísticas venezuelana, paraguaia e uruguaia nos permite ainda debater algumas questões importantes de caráter metodológico e empírico. Por exemplo, é fato que o volume de produção de automóveis e veículos comerciais da indústria venezuelana é relativamente baixo em relação às demais indústrias automobilísticas do MERCOSUL. No Uruguai e Paraguai, essa produção é insignificante e até mesmo inexistente nas principais estatísticas de produção. Isso torna complexa e questionável a possibilidade de direcionar o discurso para as trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* nas redes de produção automobilísticas mundiais baseando-se somente em dados de comércio internacional.

Ou seja, o volume de produção de uma indústria deve ser significativo para que possamos examinar trajetórias plausíveis de *upgrading* em produtos e processos ao nível da indústria. Do contrário, estaríamos analisando somente o desempenho comercial de uma indústria, deixando de capturar as potenciais melhorias alcançadas pelas indústrias em processos de produção e/ou inovação em produtos. Em outros termos, produção e comércio devem estar lado a lado para que possamos tirar conclusões mais precisas na perspectiva do *upgrading* industrial. Daí a necessidade de atarmos produção a comercialização.

Conforme veremos um pouco mais adiante, a perspectiva adotada nos capítulos três e quatro certamente leva em consideração os argumentos discutidos até agora. Já que consideramos os elementos da produção neste capítulo, a análise nos capítulos seguintes irá se concentrar principalmente no fluxo de produtos e valores entre países e indústrias. Os objetivos desses capítulos consistem em analisar a demanda por — e oferta de — produtos automotivos nos mercados internacionais, examinar com maior riqueza de detalhes as relações comerciais entre indústrias (e países) e buscar analisar o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL em determinados segmentos e categorias de produtos. Somente após essas discussões e análises é que será possível definir, com maior grau de precisão, quais indústrias automobilísticas nacionais no MERCOSUL obtiveram *upgrading* em produtos e processos.

Capítulo III

COMÉRCIO: ANALISANDO OS FLUXOS

Na seção introdutória deste trabalho foi assumida a hipótese de que as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL conseguiram se reposicionar de forma competitiva nos mercados internacionais e vêm experimentando sucessivas trajetórias de *upgrading* industrial por meio de suas participações no processo de globalização. Contudo, para que seja possível comprovar tal hipótese, faz-se necessário examinar também quais são os principais centros consumidores de produtos automotivos na economia mundial. Essa análise é importante no contexto da globalização porque nos revela para onde as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL devem também olhar caso queiram permanecer competitivas na economia mundial e inserirem-se em trajetórias de *upgrading* industrial.

É correto afirmar que as indústrias automobilísticas nacionais do MERCOSUL podem apresentar um processo de *upgrading* ao produzirem e comercializarem seus produtos para atender à demanda em mercados relativamente próximos aos países do MERCOSUL, tais como o Chile, Bolívia e até mesmo o México. Porém, não é possível simplesmente ignorarmos a importância dos grandes mercados consumidores de produtos automotivos na economia mundial. Esses mercados afetam significativamente as possibilidades de uma indústria de se inserirem e permanecer em trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* dentro das cadeias globais de valor.

Considerando essas conjunturas, este capítulo tem como objetivos buscar analisar a demanda por — e oferta de — produtos automotivos nos mercados internacionais e compreender a participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL neste contexto. Já no que se refere às relações entre indústrias, será conduzida ainda uma análise envolvendo as pautas de importação e exportação das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL. Aqui, o objetivo consiste em dar início à análise dos fluxos de produtos automotivos que entram nos territórios do MERCOSUL e, em particular, dos fluxos que saem em direção aos mercados consumidores.

De certa forma, ao analisarmos para onde as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL exportam seus produtos, espera-se que seja possível compreender também que tipo de produtos são exportados e como isso pode nos dar uma ideia acerca dos

modos como as empresas atuam nos mercados regionais e nas cadeias globais de valor de um modo geral.

3.1. A demanda por produtos automotivos nos mercados internacionais

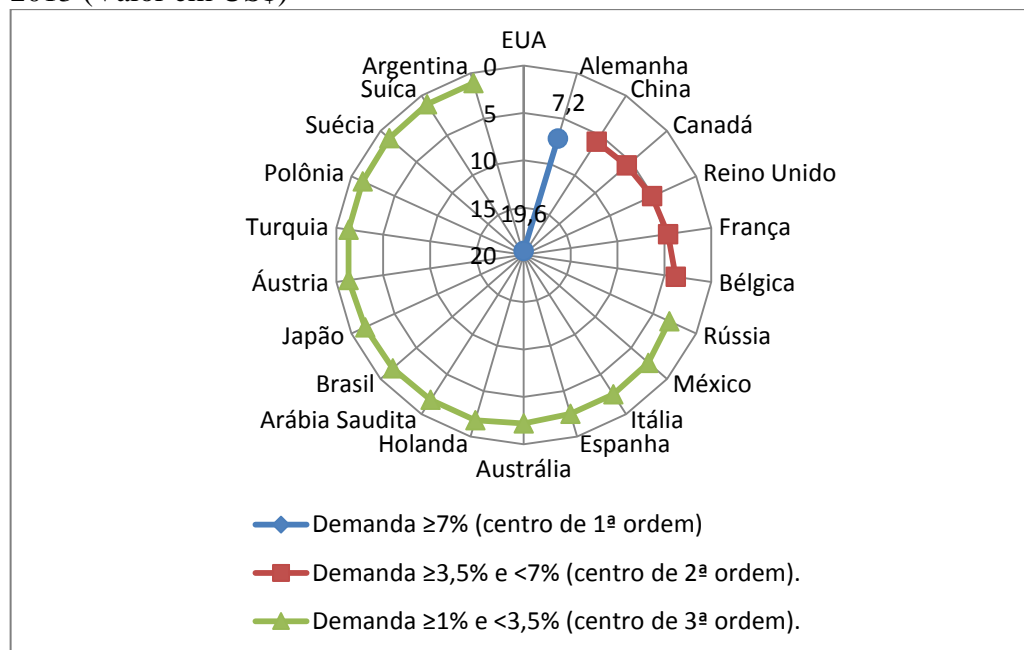
De forma bastante abrangente, a Figura 9 mostra a demanda mundial por produtos automotivos e a participação dos principais países importadores de produtos automotivos em 2013¹⁵. Com o objetivo de identificarmos e analisarmos os países que mais se destacam na demanda mundial por esses produtos foi estabelecida uma hierarquia ou divisão entre os principais países importadores.

Conforme mostra a figura, o grau de importância dos países na demanda mundial por produtos automotivos diminui à medida que os países se afastam do centro do círculo. Em outras palavras, quanto mais próximo do anel central um país estiver, maior será a participação do país na demanda mundial e, conseqüentemente, melhor será a sua posição dentro da hierarquia (por exemplo, centro de 1ª ordem). Contudo, quanto mais próximo da periferia ou extremidade do círculo um país estiver, menor será a importância do país na demanda mundial e, portanto, sua ordem ou posição dentro da hierarquia será inferior (por exemplo, centro de 3ª ordem).

Sob o ponto de vista da demanda, pode-se assumir que o centro de gravidade da indústria automobilística mundial está localizado nos Estados Unidos, em alguns países da Europa e na China. Os Estados Unidos são o principal importador de produtos automotivos, com uma demanda que representou aproximadamente 20% da demanda mundial em 2013. China, Canadá, Reino Unido, França e Bélgica compõem o segundo anel apresentado na figura e, portanto, podem ser considerados como centros de consumo de segunda ordem em relação à demanda mundial por produtos automotivos.

¹⁵ “Principais países importadores” se refere apenas aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na demanda mundial por produtos automotivos em 2013.

FIGURA 9 - Demanda mundial por produtos automotivos e participação (%) dos principais países importadores na demanda mundial por produtos automotivos em 2013 (Valor em US\$)*



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do UN-COMTRADE.

Sinal convencional utilizado:

*Demanda se refere às importações mundiais de produtos automotivos.

Ainda de acordo com a Figura 9, países como Brasil, Argentina, Rússia e México situam-se no anel ou círculo que está localizado mais próximo da extremidade ou periferia. Isso nos permite agrupá-los de maneira que possam ser considerados como centros de consumo de terceira ordem no que concerne à demanda mundial por produtos automotivos. Venezuela, Uruguai e Paraguai reportaram importações muito inferiores a 1% do valor total da demanda mundial por produtos automotivos.

A Tabela 8 nos revela que houve uma tendência à expansão no valor nominal das importações realizadas pelos principais países importadores de produtos automotivos entre 1995 e 2013. Todavia, entre 2005 e 2010, os fluxos de valor reportados por alguns países demonstraram uma redução na demanda por produtos automotivos. Esse é o caso constatado nas importações de países como EUA, Reino Unido, Itália e Espanha. Essa redução pode ser atribuída, ao menos parcialmente, à crise econômica enfrentada por parte significativa dos países desenvolvidos localizados no hemisfério norte durante os anos de 2005 e 2010.

Apesar disso, é notável que a demanda mundial por produtos automotivos está concentrada em alguns países do continente europeu e no NAFTA, apesar da significativa demanda gerada pela China. No continente europeu, os países da UE-15 continuam a ser os

principais mercados consumidores de produtos automotivos. No continente americano, os três países do NAFTA (EUA, Canadá e México) estão entre os dez principais mercados consumidores de produtos automotivos do mundo (Tabela 8 e Tabela 9).

China e Rússia também passaram a ser grandes consumidores de produtos automotivos. Esses territórios nacionais apresentaram um aumento significativo no valor das importações realizadas durante o período analisado (Tabela 8) e posicionaram-se entre os principais países importadores de produtos automotivos em 2013 (Tabela 9). China, por exemplo, saiu da 26ª posição em 1995 para se tornar o terceiro maior país importador de produtos automotivos em 2013.

Analisaremos a participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL no contexto da demanda mundial por produtos automotivos na seção seguinte, porém, uma observação importante deve ser feita agora para compreendermos a trajetória da Venezuela durante o período analisado, sobretudo a partir de 2005.

Conforme mostram os dados da Tabela 8, a partir de 2005 a demanda por produtos automotivos vem reduzindo gradativamente na Venezuela. O valor das importações desses produtos no mercado venezuelano correspondeu a US\$ 3.3 bilhões em 2005. Em 2010, esse valor caiu para US\$ 1 bilhão e, em 2013, o valor das importações correspondeu ao menor patamar desde 1995, não chegando a atingir a cifra de US\$ 1 bilhão. Considerando a variação média anual relativa ao valor das importações realizadas pela Venezuela entre 2005 e 2013, percebe-se que houve uma redução de 7,9% ao ano na demanda por produtos automotivos.

Considerando a trajetória da Venezuela e a análise de Alves (2014b), é plausível admitir que a redução no valor das importações de produtos automotivos reportado pela Venezuela nos últimos dez anos pode ser atribuída, ao menos parcialmente, às políticas macroeconômicas e de comércio exterior adotadas pelo governo venezuelano. Segundo o citado autor, algumas fábricas localizadas no país (como Ford, GM e Chrysler em Valencia) “encontram sérias dificuldades na produção, uma vez que as matérias-primas e insumos necessários estão escassos devido à falta de divisas para realizar as importações” (ALVES, 2014b, p.54).

Aqui cabe um breve comentário sobre o papel das políticas macroeconômicas venezuelanas no desenvolvimento de determinados setores industriais do país. Ao limitar as importações no setor automobilístico, por exemplo, o país pode estar limitando, de fato, o desenvolvimento da indústria nacional, pois o desenvolvimento desta está atrelado à maneira como ela se insere e se conecta à rede das grandes montadoras de autoveículos. Porém, poderíamos assumir a hipótese de que a Venezuela estaria adotando uma política de substituição

de importações (PSI), objetivando a formação de uma base de produtores e fornecedores locais que poderia estar aumentando sua participação na produção mundial de autoveículos.

Mas não parece ser esse o caso. Vimos no segundo capítulo deste trabalho que a indústria automobilística venezuelana apresentou queda no volume de produção de autoveículos, principalmente entre 2012 e 2013. Isso nos permite assumir, então, que a indústria automobilística venezuelana está passando por sérias transformações que podem estar reduzindo as perspectivas de *upgrading* no curto prazo, sobretudo se a intervenção do Estado não se fizer presente tanto na regulação da entrada de produtos automotivos no país como na construção de uma base local de produtores e fornecedores que possam atuar de forma competitiva e eficiente nas cadeias globais de valor da indústria automobilística.

TABELA 8 - Valor das importações mundiais (em bilhões de US\$) declaradas pelos principais países importadores de produtos automotivos em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013

País	1995 Valor	2000 Valor	2005 Valor	2010 Valor	2013 Valor	2000-2005 *VMA (%)	2005-2013 *VMA (%)
EUA	104.7	166.7	203.2	186.1	253.2	3,7	2,7
Alemanha	38.8	39.2	68.3	79.2	93.40	12,3	4,1
China	2.7	3.6	12.3	49.5	74.1	40,1	55,8
Canadá	30.1	41.6	54.3	58.6	71.6	5,1	3,6
Reino Unido	29.1	39.8	64.6	60.1	65.9	10,4	0,2
França	28.4	30.3	51.9	55.9	58.8	11,8	1,5
Bélgica	^a 16.3	20.8	34.6	40.0	48.7	11,0	4,6
Rússia	...	1.1	11.2	22.6	40.1	152,9	28,5
México	3.8	17.0	22.0	24.7	33.3	4,9	5,7
Itália	18.9	26.1	43.9	41.7	32.5	11,3	-2,9
Espanha	14.3	25.1	45.3	30.5	32.3	13,4	-3,2
Austrália	6.6	8.4	16.0	24.0	28.9	15,0	8,9
Holanda	12.2	13.0	16.7	19.6	23.8	4,8	4,7
Arábia Saud.	2.3	3.9	9.9	15.6	23.4	24,9	15,1
Brasil	5.8	3.7	4.2	16.6	22.4	2,3	47,6
Japão	12.7	10.3	13.8	14.5	21.1	5,7	5,8
Áustria	7.7	8.0	13.9	14.6	17.1	12,4	2,6
Turquia	1.5	5.4	10.5	13.4	16.7	15,6	6,6
Polônia	1.5	4.0	8.8	14.4	16.1	19,6	9,3
Suécia	5.1	6.9	12.2	14.2	15.2	12,5	2,8
Suíça	7.0	6.7	9.1	12.8	14.6	5,8	6,7
Argentina	2.1	2.7	4.2	10.1	14.3	9,4	26,5
Venezuela	1.0	1.4	3.3	1.0	0.955	20,9	-7,9
Uruguai	0.382	0.297	0.264	0.957	1.2	-1,9	42,6
Paraguai	0.350	0.167	0.254	0.946	1.1	8,7	40,2

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: “Principais países importadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na demanda mundial por produtos automotivos em 2013.

Venezuela, Uruguai e Paraguai foram selecionados porque compõem o MERCOSUL.

Sinal convencional utilizado:

... Dado não disponível; ^a Bélgica-Luxemburgo; * VMA=Variação Média Anual.

TABELA 9 - Variações na posição (P) e percentual (%) importado pelos principais países importadores de produtos automotivos em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013.

País	1995		2000		2005		2010		2013	
	P	(%)	P	(%)	P	(%)	P	(%)	P	(%)
EUA	1	24,9	1	28,4	1	22,7	1	17,6	1	19,6
Alemanha	2	9,2	4	6,7	2	7,6	2	7,5	2	7,2
China	26	0,6	23	0,6	14	1,4	6	4,7	3	5,8
Canadá	3	7,2	2	7,1	4	6,1	4	5,5	4	5,6
Reino Unido	4	6,9	3	6,8	3	7,2	3	5,7	5	5,1
França	5	6,8	5	5,2	5	5,8	5	5,3	6	4,6
Bélgica	^a 7	3,9	8	3,6	8	3,9	8	3,8	7	3,8
Rússia	49	0,2	16	1,3	12	2,1	8	3,1
México	19	0,9	10	2,9	9	2,5	10	2,3	9	2,6
Itália	6	4,5	6	4,5	7	4,9	7	3,9	10	2,5
Espanha	8	3,4	7	4,3	6	5,1	9	2,9	11	2,5
Austrália	13	1,6	13	1,4	11	1,8	11	2,3	12	2,2
Holanda	10	2,9	11	2,2	10	1,9	13	1,9	13	1,8
Arábia S.	27	0,6	20	0,7	18	1,1	15	1,5	14	1,8
Brasil	15	1,4	22	0,6	32	0,5	14	1,6	15	1,7
Japão	9	3,0	12	1,8	13	1,5	17	1,4	16	1,6
Áustria	11	1,8	14	1,4	12	1,6	16	1,4	17	1,3
Turquia	37	0,4	18	0,9	17	1,2	20	1,3	18	1,3
Polônia	36	0,4	19	0,7	20	1,0	18	1,4	19	1,3
Suécia	17	1,2	15	1,2	15	1,4	19	1,3	20	1,2
Suíça	12	1,7	16	1,2	19	1,0	21	1,2	21	1,1
Argentina	30	0,5	28	0,5	31	0,5	23	1,0	22	1,1
Venezuela	41	0,3	43	0,3	41	0,4	75	0,1	84	1
Uruguai	54	0,1	78	0,1	99	*	82	0,1	71	1
Paraguai	56	0,1	95	*	100	*	84	0,1	76	1

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Sinal convencional utilizado:

P Posição; ^a Bélgica-Luxemburgo; ... Dado não disponível; *0,0003; ¹0,001.

Ainda no que diz respeito à demanda mundial por produtos automotivos, percebe-se que houve um aumento contínuo no valor das importações mundiais entre 1995 e 2013 (Tabela

10). Os dados da Tabela 10 mostram ainda que a participação do MERCOSUL na demanda mundial por produtos automotivos é relativamente pequena, embora o fluxo de importações em direção a esse bloco tenha aumentado durante os últimos anos. Do valor total das importações mundiais de produtos automotivos realizadas em 2013, o MERCOSUL foi o responsável por pouco mais de 3% dos fluxos demandados.

TABELA 10 - Demanda mundial por produtos automotivos (US\$) e participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL no total das importações mundiais em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013

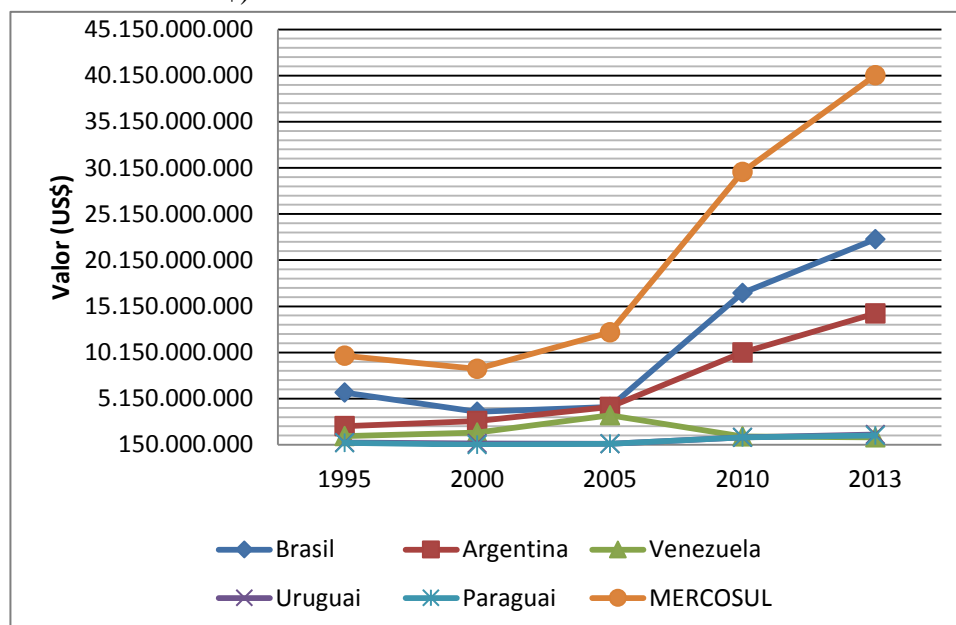
Ano	Valor total das importações (Demanda Mundial)	Valor das importações realizadas pelo MERCOSUL	% das importações realizadas pelo MERCOSUL
1995	419.932.757.610	9.797.521.760	2,3
2000	586.042.068.754	8.382.311.989	1,4
2005	896.235.617.514	12.337.484.992	1,4
2010	1.057.847.457.750	29.697.004.550	2,8
2013	1.289.058.512.275	40.187.624.389	3,1

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

O Brasil é o principal importador de produtos automotivos dentro do bloco (Figura 10). O valor das importações brasileiras em 2013 ultrapassou os US\$ 20 bilhões, o que correspondeu a mais de 50% de todas as importações realizadas pelo MERCOSUL durante o ano. No MERCOSUL, a Argentina é o segundo país mais importante quando se consideram as importações de produtos automotivos. Venezuela, Uruguai e Paraguai possuem participações mais modestas e suas importações em 2013 ficaram em torno de US\$ 1 bilhão, valor que não chegou a atingir o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na demanda mundial por produtos automotivos no referido ano.

Brasil, Argentina e Venezuela reportaram fluxos de importação semelhantes de 1995 a 2005, embora em patamares diferentes. A partir de 2005, as diferenças entre os países se tornaram mais pronunciadas. Brasil e Argentina continuaram a contribuir para o aumento da demanda mundial por produtos automotivos; já a Venezuela, conforme vimos, apresentou significativa redução nos fluxos de valor relativo às importações.

FIGURA 10 - Importações de produtos automotivos realizadas pelos países do MERCOSUL em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013 (Valores nominais em US\$)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Após a breve análise conduzida nesta seção 3.1, é possível fazer algumas considerações importantes envolvendo a demanda por produtos automotivos nos mercados internacionais e a participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL nesse contexto. É possível afirmar, por exemplo, que a demanda mundial por produtos automotivos aumentou significativamente entre os anos de 1995 e 2013 (Tabela 10). Percebe-se ainda que o MERCOSUL se tornou um bloco regional de comércio relativamente mais aberto à economia mundial durante os últimos anos e também aumentou sua participação na importação de produtos automotivos, sobretudo após 2005 (Tabela 10).

Apesar disso, pode-se concluir também que o MERCOSUL não está entre os principais blocos regionais de comércio, considerando a demanda mundial por produtos automotivos. O que se pode dizer, no entanto, é que Brasil e Argentina se destacam entre os principais mercados consumidores de produtos automotivos.

Por último, mas não menos importante, é possível concluir que os países da UE-15 e do NAFTA continuam sendo os principais centros consumidores de produtos automotivos. Essa constatação é importante no contexto da globalização porque nos revela para onde as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL devem também olhar caso queiram permanecer competitivas na economia mundial e inserirem-se em trajetórias de *upgrading*.

industrial. Por esses motivos, os fluxos de valor e de mercadorias em direção à UE-15 e ao NAFTA devem ser considerados nas análises a serem conduzidas no próximo capítulo, que trata das trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* na indústria automobilística.

3.2. A oferta de produtos automotivos nos mercados internacionais

No que se refere à oferta de produtos automotivos nos mercados internacionais, percebe-se, mais uma vez, a importância de indústrias automobilísticas que estão situadas principalmente na América do Norte e na Europa, mas também na Ásia. De acordo com a Tabela 11, apenas 14 países concentravam aproximadamente 93,7% do total das exportações mundiais de produtos automotivos em 1995. A relevância de países que pertencem ao NAFTA e à UE é evidente.

A UE, por exemplo, originou cerca de 49% dos fluxos, com destaque bastante expressivo para países como Alemanha e França. As exportações do NAFTA também foram significativas, e os três países que compõem o bloco contabilizaram, juntos, mais de 24% das exportações mundiais. Além desses países, Japão e Coreia do Sul destacaram-se entre os principais países exportadores de produtos automotivos, principalmente o Japão, que exercia o papel de líder mundial das exportações de produtos automotivos em 1995.

Nesse mesmo ano, as estatísticas indicam que as exportações de produtos automotivos realizadas pelos países do MERCOSUL correspondiam a pouco mais de US\$ 4,5 bilhões. Esse valor equivaleria, aproximadamente, ao valor das exportações realizadas pela indústria austríaca. Apesar do valor expressivo dos fluxos de exportação, as indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL foram responsáveis por apenas pouco mais de 1% das exportações mundiais de produtos automotivos em 1995.

No que se refere à noção de competitividade, podemos dizer que a indústria automobilística brasileira foi um dos setores da indústria que obteve um dos melhores desempenhos entre as indústrias do MERCOSUL, ocupando a 1ª posição na escala regional e a 15ª posição entre as principais indústrias exportadoras de produtos automotivos no mundo em 1995 (Tabela 11).

TABELA 11 - Posição, valor das exportações e quota de mercado dos principais países exportadores de produtos automotivos em 1995

Posição	País	Valor (US\$)	Quota de mercado (%)
1	Japão	78.878.192.932	18,0
2	Alemanha	75.434.958.848	17,2
3	EUA	52.321.521.664	12,0
4	Canadá	42.847.089.131	9,8
5	França	31.827.296.256	7,3
6	Bélgica-Luxemburgo	24.540.028.928	5,6
7	Espanha	21.552.799.744	4,9
8	Reino Unido	20.552.507.392	4,7
9	Itália	20.063.492.096	4,6
10	México	12.222.720.000	2,8
11	Coreia do Sul	9.358.464.000	2,1
12	Suécia	8.762.335.232	2,0
13	Holanda	7.430.556.160	1,7
14	Áustria	4.289.256.192	1,0
15	Brasil	2.739.622.912	0,6
21	Argentina	1.237.669.888	0,3
36	Venezuela	441.043.072	0,1
46	Uruguai	91.075.928	0,02
88	Paraguai	1.708.641	0,0004
Total		437.519.415.217	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: “Principais países exportadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação nas exportações mundiais de produtos automotivos em 1995.

De momento, ainda não é possível tratar dos reposicionamentos das indústrias ao longo do tempo, pois apenas iniciamos a análise desse contexto com os dados de 1995. De qualquer forma, faz-se necessário notar o posicionamento inicial das indústrias neste momento, para que seja possível analisarmos posteriormente não apenas as mudanças em níveis de competitividade, mas também elementos relacionados à perspectiva do *upgrading* industrial. Voltaremos a discutir esse assunto um pouco mais adiante, especialmente no quarto capítulo.

Agora, vamos analisar os fluxos de exportação de produtos automotivos estabelecidos no ano de 2000.

Analisando-se os dados de 1995 e 2000, percebe-se que o mercado mundial de produtos automotivos se expandiu, ultrapassando o valor de US\$ 500 bilhões. Os países do NAFTA e da UE continuaram liderando as exportações e a Alemanha assumiu a primeira posição entre os quinze principais países exportadores de produtos automotivos em 2000. A indústria chinesa se reposicionou durante o período e ultrapassou a indústria brasileira. De acordo com os dados de 2000, a China exportou pouco mais de US\$ 4,5 bilhões em produtos automotivos, atingindo a 17ª posição no ranking dos principais países exportadores de produtos automotivos.

Os países do MERCOSUL aumentaram sua participação nas exportações de produtos automotivos entre 1995 e 2000. O valor das exportações desse bloco regional de comércio foi superior a US\$ 6,7 bilhões, valor que equivaleu a cerca de 1,2% das exportações mundiais de produtos automotivos no ano de 2000 (Tabela 12). Portanto, considerando que houve a expansão do mercado de exportações de produtos automotivos entre 1995 e 2000 e que as indústrias do MERCOSUL aumentaram tanto valor das exportações como também sua participação relativa (1,2%) nas exportações de produtos automotivos, é possível afirmar que houve uma ligeira melhora no desempenho das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL nos mercados de exportação durante o período até agora analisado.

Em 2005 o valor das exportações das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL foi ainda maior se comparado aos anos de 1995 e 2000 (Tabela 13). O bloco exportou aproximadamente US\$ 14,8 bilhões em produtos automotivos em 2005, o que representa cerca 1,6% das exportações mundiais em produtos automotivos. Em 2005, portanto, os fluxos de exportação gerados a partir das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL se intensificaram e o mercado conquistado por essas indústrias também aumentou.

TABELA 12 - Posição, valor das exportações e quota de mercado dos principais países exportadores de produtos automotivos em 2000

Posição	País	Valor (US\$)	Quota de mercado (%)
1	Alemanha	90.422.503.000	16,2
2	Japão	89.349.094.075	16,0
3	EUA	61.927.570.518	11,1
4	Canadá	58.495.663.468	10,5
5	França	37.173.377.437	6,6
6	México	28.086.946.360	5,0
7	Espanha	26.821.867.323	4,8
8	Reino Unido	25.484.759.284	4,6
9	Bélgica	24.763.811.925	4,4
10	Itália	20.494.458.557	3,7
11	Coreia do Sul (Rep.da Coreia)	15.265.527.149	2,7
12	Holanda	9.268.225.341	1,7
13	Suécia	9.134.872.777	1,6
14	Áustria	6.498.298.552	1,2
15	Outra Ásia, nes*.	6.498.298.552	1,2
17	China	4.536.381.157	0,8
18	Brasil	4.440.507.175	0,8
24	Argentina	1.952.046.540	0,3
46	Venezuela	221.860.864	0,04
51	Uruguai	155.380.012	0,03
155	Paraguai	113.281	0,00002
Total		559.327.894.896	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: “Principais países exportadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação nas exportações mundiais de produtos automotivos no ano de 2000.

Sinal convencional utilizado:

*nes se refere ao termo inglês, “*not elsewhere specified*”. “Outra Ásia” se refere a um grupo de países asiáticos que reportam suas exportações de forma distinta dentro do grupo, ou seja, variando muito na forma como fornecem detalhes sobre países ou empresas parceiras, ano de exportação, mercadorias e/ou categoria de produtos exportados.

No cenário mundial, a China continuava sua trajetória de evolução nas exportações. O país chegava à 12ª posição entre os principais países exportadores de produtos automotivos,

ultrapassando a cifra dos US\$ 16 bilhões. Impressionante foi também o desempenho de algumas indústrias dos países do CLE. As indústrias checa e eslovaca, por exemplo, passaram a compor o ranking das quinze principais indústrias exportadoras, superando o Brasil, principal exportador no MERCOSUL¹⁶.

TABELA 13 - Posição, valor das exportações e quota de mercado dos principais países exportadores de produtos automotivos em 2005

Posição	País	Valor (US\$)	Quota de mercado (%)
1	Alemanha	170.403.425.000	19,9
2	Japão	125.125.824.753	14,6
3	EUA	83.160.583.184	9,7
4	Canadá	64.765.821.916	7,6
5	França	59.673.451.922	7,0
6	Bélgica	41.442.775.571	4,8
7	Espanha	41.384.667.194	4,8
8	Reino Unido	37.657.139.689	4,4
9	Coreia do Sul	37.491.234.742	4,4
10	Itália	30.236.075.956	3,5
11	Suécia	18.006.685.591	2,1
12	China	16.594.447.235	1,9
13	Áustria	14.250.525.305	1,7
14	República Checa	12.804.245.611	1,5
15	Polônia	11.655.301.402	1,4
16	Brasil	11.544.077.892	1,3
27	Argentina	2.883.198.448	0,3
47	Venezuela	351.058.638	0,04
65	Uruguai	63.046.178	0,007
112	Paraguai	1.526.018	0,0002
Total		857.519.373.147	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: “Principais países exportadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação nas exportações mundiais de produtos automotivos no ano de 2005.

¹⁶ Em Alves (2011), o desempenho dessas duas indústrias dos países do CLE foi examinado em maior profundidade. Alves constatou que tanto a indústria checa como a indústria eslovaca puderam se inserir em trajetórias de *upgrading* industrial, apresentando melhoria nos níveis de competitividade e no preço dos bens exportados em uma série de categorias de produtos e em períodos distintos.

Em 2010, os países do MERCOSUL voltaram a apresentar um crescimento significativo no valor das exportações (Tabela 14). Se em 1995 as exportações de produtos automotivos correspondiam a pouco mais de US\$ 4,5 bilhões, em 2010 esse valor chegou a ultrapassar a casa dos US\$ 20 bilhões, aproximadamente 1,8% do valor das exportações mundiais de produtos automotivos. Brasil e Argentina obtiveram o melhor desempenho no MERCOSUL e o Uruguai ultrapassou a Venezuela no ranking dos principais países exportadores. Apenas Venezuela e Paraguai não conseguiram aumentar o valor de suas exportações.

A situação da Venezuela já foi discutida previamente. Na oportunidade, mencionamos a possibilidade de as políticas macroeconômicas e industriais adotadas pelo país afetarem as perspectivas de *upgrading* para as indústrias automobilísticas venezuelanas. De fato, vários fatores vêm influenciando o mau desempenho apresentado pela indústria venezuelana nos últimos anos.

A falta de insumos e matérias-primas, a escassez de divisas para realizar importações, a ineficiência da política de comércio exterior e o baixo estímulo e investimento na formação de uma rede de fornecedores locais têm gerado resultados que demonstram oscilações muito negativas para a indústria automobilística venezuelana e que limitam a sua participação mais efetiva nos fluxos de exportação, minimizando, portanto, as perspectivas de *upgrading*. Diante desses fatos, o desempenho da indústria Venezuela foi ainda pior em 2013 (Tabela 15).

TABELA 14 - Posição, valor das exportações e quota de mercado dos principais países exportadores de produtos automotivos em 2010

Posição	País	Valor (US\$)	Quota de mercado (%)
1	Alemanha	203.158.169.286	18,7
2	Japão	146.752.176.302	13,5
3	EUA	99.148.692.588	9,1
4	Coreia do Sul	53.445.486.945	4,9
5	México	51.739.276.160	4,8
6	Canadá	48.777.814.902	4,5
7	França	47.147.795.901	4,3
8	Espanha	43.033.405.840	4,0
9	China	38.397.962.276	3,5
10	Reino Unido	37.930.396.546	3,5
11	Bélgica	36.244.985.575	3,3
12	Itália	32.361.766.217	3,0
13	República Checa	22.732.960.717	2,1
14	Polônia	20.716.035.205	1,9
15	Tailândia	18.583.017.321	1,7
16	Suécia	14.421.447.410	1,3
17	Turquia	13.814.540.708	1,3
18	Holanda	13.583.291.593	1,2
19	Eslováquia	13.065.624.682	1,2
20	Áustria	12.179.759.730	1,1
21	Brasil	12.090.630.052	1,1
25	Argentina	7.972.729.564	0,7
68	Uruguai	181.824.027	0,02
76	Venezuela	89.924.838	0,01
136	Paraguai	982.550	0,0001
Total		1.086.703.170.623	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: “Principais países exportadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação nas exportações mundiais de produtos automotivos no ano de 2010.

Considerando o período analisado até agora, ou seja, de 1995 a 2013, percebe-se que três países lideraram as exportações mundiais de produtos automotivos. Alemanha, Japão e EUA mantiveram-se na liderança ao longo do período, e é pouco provável que esse desempenho se altere no curto prazo. Outro dado interessante apresentado na Tabela 15 diz respeito ao desempenho dos países do CLE. A presença cada vez mais frequente de países como República Checa, Polônia, Hungria e Eslováquia entre os principais países exportadores de produtos automotivos é algo que realmente chama a atenção, sobretudo pela relação que esses países têm com outros países dentro da macrorregião da UE-15 e pela função que suas indústrias automobilísticas desempenham no mercado europeu.

É interessante notar também que o processo de globalização permitiu que um número maior de competidores pudesse se inserir nos mercados internacionais através das exportações. Ao se estabelecer para esta análise o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação nas exportações mundiais de produtos automotivos para determinar quais seriam os principais países exportadores de produtos automotivos, percebeu-se que apenas 14 países chegaram a atingir o índice mínimo em 1995 (Tabela 11). Em 2013, 23 países alcançaram e/ou ultrapassaram esse índice, incluindo-se os países do CLE, e também Índia e Turquia (Tabela 15).

Considerando o fato de que o número de países que passou a comercializar produtos automotivos nos mercados internacionais entre 1995 e 2013 aumentou, podemos admitir que todos os países do MERCOSUL, em menor ou maior grau, sofreram com o impacto de novos competidores na indústria. Uruguai, Paraguai e, principalmente, Venezuela perderam posições importantes entre as principais indústrias exportadoras de produtos automotivos entre 1995 e 2013 (Figura 11). Já as indústrias brasileira e argentina foram ligeiramente afetadas, pois, no período analisado, demonstraram variações pouco expressivas.

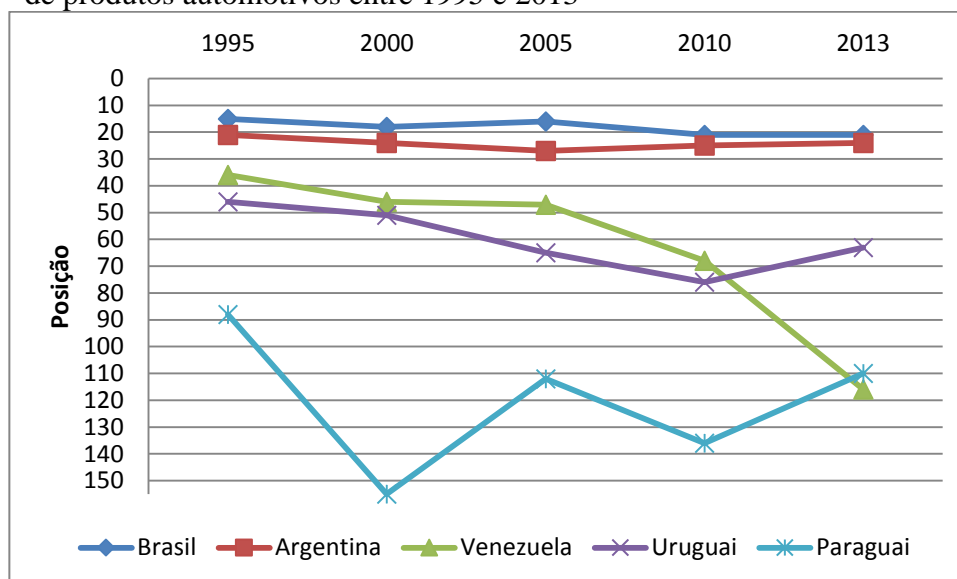
TABELA 15 - Posição, valor das exportações e quota de mercado dos principais países exportadores de produtos automotivos em 2013

Posição	País	Valor (US\$)	Quota de mercado (%)
1	Alemanha	243.790.286.409	18,2
2	Japão	148.549.339.490	11,1
3	EUA	134.084.551.978	10,0
4	México	77.192.991.572	5,8
5	Coreia do Sul	72.771.812.973	5,4
6	Canadá	59.268.456.210	4,4
7	China	58.549.754.177	4,4
8	Reino Unido	50.994.805.705	3,8
9	Bélgica	48.834.662.920	3,6
10	Espanha	48.438.827.050	3,6
11	França	46.542.936.783	3,5
12	Itália	37.551.635.744	2,8
13	República Checa	28.857.732.414	2,2
14	Tailândia	26.169.901.192	2,0
15	Polônia	21.998.745.002	1,6
16	Eslováquia	20.929.315.809	1,6
17	Holanda	18.910.542.603	1,4
18	Turquia	17.000.249.832	1,3
19	Suécia	16.893.208.187	1,3
20	Áustria	15.857.090.288	1,2
21	Brasil	14.089.284.778	1,1
22	Índia	13.800.068.613	1,0
23	Hungria	13.473.897.704	1,0
24	Argentina	10.085.546.315	0,8
63	Uruguai	283.675.036	0,02
110	Paraguai	5.922.786	0,0004
116	Venezuela	4.178.203	0,0003
Total		1.340.897.223.920	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: “Principais países exportadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação nas exportações mundiais de produtos automotivos no ano de 2013.

FIGURA 11 - Posição dos países do MERCOSUL na exportação mundial de produtos automotivos entre 1995 e 2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: Posição calculada de acordo com o valor monetário dos fluxos de exportação.

No MERCOSUL, apenas a Venezuela não conseguiu expandir o valor de suas exportações entre 2010 e 2013. Pelo contrário, percebe-se que a indústria automobilística venezuelana perdeu espaço no mercado de exportações, resultando no pior desempenho que a indústria obteve desde 1995. Até mesmo o Paraguai, que sempre apresentou desempenho bastante modesto nas exportações, superou a Venezuela em 2013 (Tabela 15).

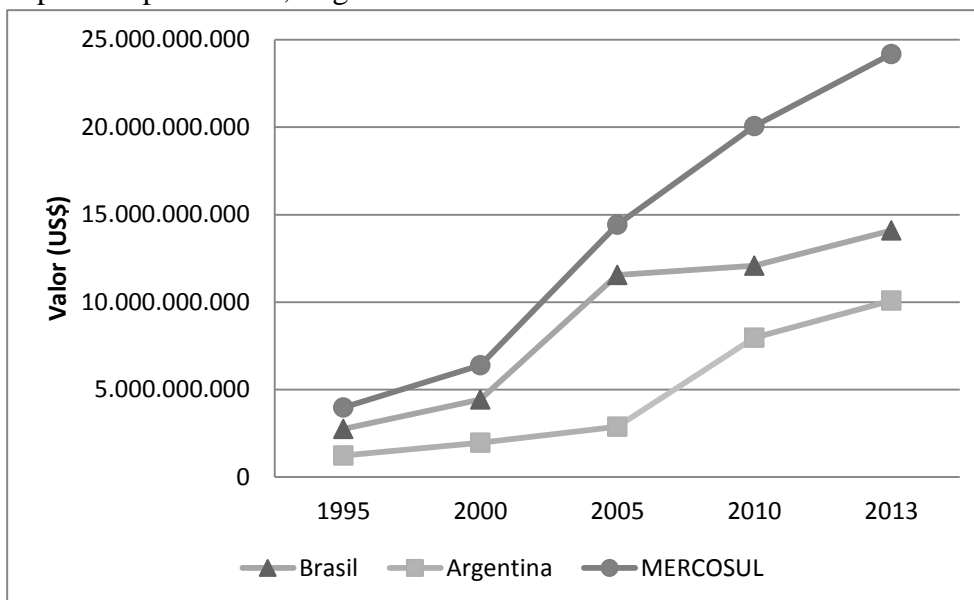
Ainda no que se refere ao processo de expansão do valor agregado das exportações, é possível notar que os países do MERCOSUL obtiveram bom desempenho entre 1995 e 2013. Isso é importante, porque um dos princípios da perspectiva das RGP (ou GPNs) no contexto do *upgrading* se refere à capacidade que as indústrias têm de criar e agregar valor nas redes globais de produção, conforme discutido no primeiro capítulo deste trabalho.

Além disso, deve-se considerar que esse princípio não é exclusivo da perspectiva das RGP. As demais perspectivas (GCCs e GVCs) também consideram a expansão do valor agregado como um fator fundamental para se determinar possíveis trajetórias de *upgrading*, ainda que de forma incipiente. Assim, as figuras 12, 13 e 14 mostram o desempenho das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL no que se refere ao processo de expansão do valor agregado das exportações de produtos automotivos entre 1995 e 2013.

Dentro do MERCOSUL, Brasil e Argentina apresentaram uma constante evolução no valor das exportações de produtos automotivos (Figura 12). A diferença em relação aos demais países dentro do bloco é significativa, e o montante exportado entre 1995 e 2013 sempre

superou a casa dos bilhões — um desempenho que não foi obtido pelos demais países do MERCOSUL.

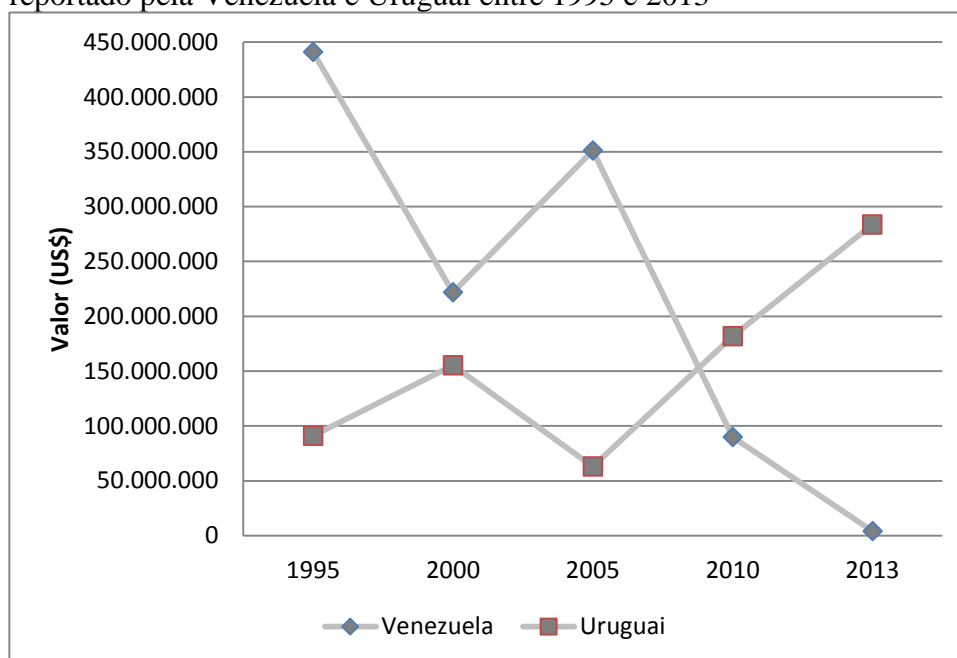
FIGURA 12 - Valor (US\$) das exportações mundiais de produtos automotivos reportado pelo Brasil, Argentina e MERCOSUL entre 1995 e 2013.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

A indústria uruguaia também obteve bom desempenho entre as principais indústrias exportadoras e expandiu o valor das exportações ao longo do período analisado. A única exceção ocorreu entre 2000 e 2005 (Figura 13). Em 2013, a indústria chegou a atingir patamares muito superiores aos patamares observados no início da década de 1990, quase o triplo do valor dos fluxos registrados em 1995. A indústria venezuelana, conforme já foi mencionado, não obteve bom desempenho no fluxo de exportações.

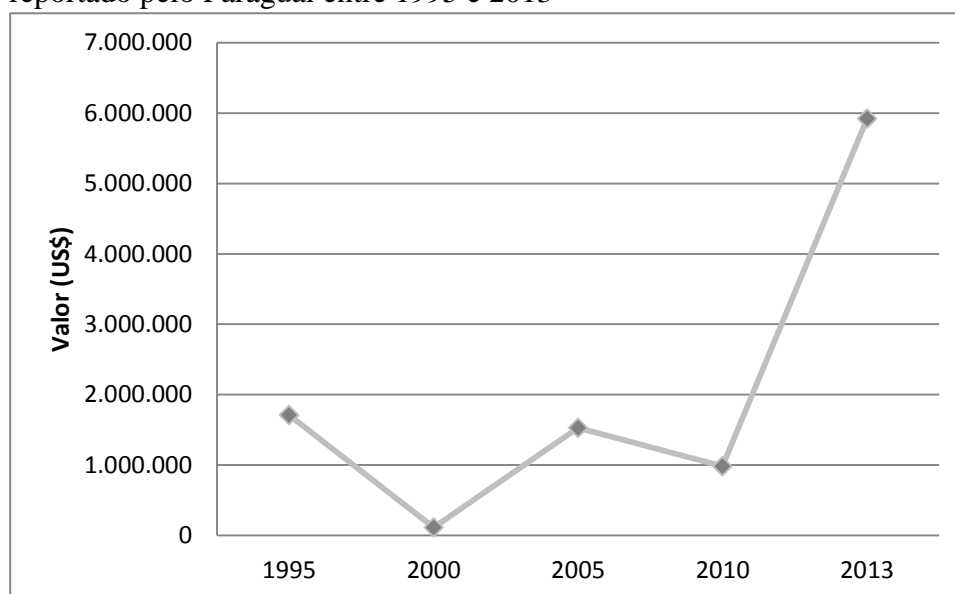
FIGURA 13 - Valor (US\$) das exportações mundiais de produtos automotivos reportado pela Venezuela e Uruguai entre 1995 e 2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

O Paraguai até demonstrou relativa melhora no fluxo de exportação registrado durante o período analisado, sobretudo entre 2010 e 2013 (Figura 14), mas é necessário notar que o valor ainda é pouco expressivo. Conforme ficou demonstrado no segundo capítulo deste trabalho, esse desempenho deve ser atrelado principalmente às relações comerciais estabelecidas pelo país nos mercados de exportação, e não necessariamente ao desempenho da indústria automobilística em processos de produção ou na fabricação de produtos e matérias-primas. Nesse sentido, as redes automobilísticas estão presentes no Paraguai, mas atuam, sobretudo, na comercialização para abastecer o mercado interno, já que a indústria e suas respectivas fábricas praticamente inexistem no território paraguaio.

FIGURA 14 - Valor (US\$) das exportações mundiais de produtos automotivos reportado pelo Paraguai entre 1995 e 2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Analisando-se os fluxos de comércio relacionados à indústria automobilística mundial, em particular, as importações e exportações de produtos automotivos, percebe-se, portanto, a importância de determinadas indústrias no cenário global. Alguns países são centros importantes quando considerada a demanda mundial por produtos automotivos, já outros se destacam por liderarem a oferta de produtos automotivos nos mercados internacionais.

As indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL também são importantes nas redes globais de produção e comércio de produtos automotivos, mas suas posições dentro dessas redes não estão localizadas no topo da hierarquia. De qualquer forma, na escala regional essas indústrias desempenham papel significativo, tanto na produção como no comércio de produtos automotivos. Nesse sentido, pode-se afirmar que as redes globais de produção são mais “regionais” do que propriamente “globais”.

Tendo feito essas considerações, o que se pode dizer então sobre os fluxos e relações de comércio na escala intrarregional? Já que na perspectiva das redes globais de produção assume-se a ideia de que os eventos que ocorrem na escala regional também desempenham papel importante na economia mundial, que produtos são comercializados entre as indústrias automobilísticas nacionais no MERCOSUL? E como essas relações e fluxos de comércio podem nos fornecer uma noção inicial acerca de como as redes de produção e comércio de produtos automotivos atuam no MERCOSUL? Essas são algumas das questões tratadas na seção seguinte.

3.3. As pautas de importação e exportação das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL

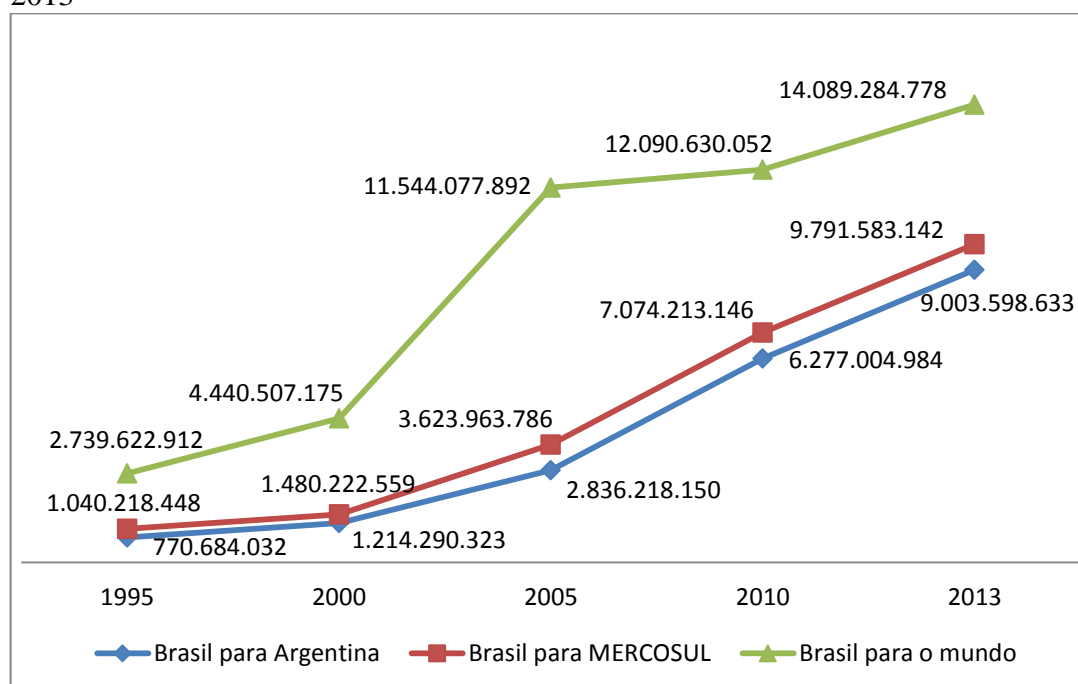
Conforme viu-se na seção anterior, o Brasil é, dentro do MERCOSUL, o país que mais exporta produtos automotivos para os mercados internacionais. Em 2013 o país exportou pouco mais de US\$ 14 bilhões em produtos automotivos para os mercados internacionais, dos quais US\$ 9.7 bilhões foram para os países do MERCOSUL. Logo, o MERCOSUL é o principal mercado de exportação para os produtos automotivos brasileiros.

A Argentina é um dos principais destinos para as exportações brasileiras de produtos automotivos (Figura 15). Em 2013 a indústria automobilística brasileira foi responsável por pouco mais de US\$ 9 bilhões em exportações de produtos automotivos para a Argentina. Esse valor correspondeu, no mesmo ano, a aproximadamente 70% dos fluxos de exportação de produtos automotivos que a indústria automobilística brasileira comercializou nos mercados internacionais. Esse dado é importante por dois motivos. Primeiro, porque sinaliza a presença de um mercado consumidor significativo no MERCOSUL, a Argentina. Segundo, porque consiste em um dado que nos permite lançar novos questionamentos na perspectiva do *upgrading* industrial, inclusive no que concerne às teorias e ao método.

Poder-se-ia questionar, por exemplo, se as trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* de uma indústria devem ser mensuradas considerando o desempenho da indústria nos principais centros consumidores de produtos automotivos na escala global, ou seja, no contexto da análise que foi considerada na primeira seção deste capítulo, ou se é possível mensurar essas trajetórias considerando também o desempenho de uma indústria nos principais mercados de exportação na escala macrorregional, ou seja, dentro do próprio MERCOSUL.

Considerando as teorias utilizadas na análise, e a maneira como foi estabelecida a hipótese deste trabalho, é evidente que o caminho a ser seguido no exame das trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL já foi determinado, mas é prudente que se adote uma perspectiva que permita manter essas considerações em mente no desenvolvimento dessa análise.

FIGURA 15 - Fluxos de exportação (valor em US\$) de produtos automotivos do Brasil para a Argentina, do Brasil para o MERCOSUL e do Brasil para o mundo em 2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Com essas considerações em mente, vamos nos ater somente à análise das relações comerciais envolvendo os principais países do MERCOSUL, nos quais a indústria tem maior peso na economia e na produção do espaço urbano-regional. Estamos nos referindo, portanto, ao Brasil e à Argentina e aos fluxos de importação e exportação envolvendo esses países. De qualquer forma, algumas considerações mais pontuais também precisam ser feitas em relação aos fluxos de exportação envolvendo o Uruguai e a Venezuela.

No que se refere às importações de produtos automotivos, a Argentina também é o principal parceiro comercial do Brasil. Em 2013, o Brasil importou mais de US\$ 22 bilhões em produtos automotivos, dos quais, cerca de US\$ 8 bilhões (36%) foram provenientes da Argentina. Outros dois parceiros importantes do Brasil são o México e a Alemanha, que, juntos, exportaram pouco mais da metade do valor das exportações de produtos automotivos exportado da Argentina para o Brasil.

Talvez uma análise interessante que poderia ser feita aqui consistiria em buscar entender que produtos automotivos são esses e para quais lugares e unidades industriais eles são destinados. De qualquer forma, já é possível visualizar um contexto amplo envolvendo a indústria automobilística brasileira e suas relações com os mercados internacionais. Agora, as relações na escala intra e macrorregional também são importantes, por isso vamos analisá-las mais detalhadamente.

TABELA 16 - Importações brasileiras de produtos automotivos em 2013

Posição	País	Valor (US\$)	%
1	Argentina	8.078.967.795	36,0
2	México	2.395.203.932	10,7
3	Alemanha	2.063.323.487	9,2
4	Coreia do Sul	1.634.854.140	7,3
5	Japão	1.263.781.890	5,6
6	EUA	1.040.996.411	4,6
7	China	1.034.256.162	4,6
8	França	751.157.563	3,4
9	Itália	685.926.368	3,1
10	Tailândia	531.917.449	2,4
11	Suécia	501.729.016	2,2
12	Reino Unido	438.228.606	2,0
13	Índia	189.980.997	0,8
14	Espanha	186.167.203	0,8
15	Turquia	184.284.004	0,8
16	Uruguai	161.780.672	0,7
17	Romênia	153.667.174	0,7
18	Canadá	133.290.487	0,6
19	Indonésia	121.270.700	0,5
20	Bélgica	110.232.644	0,5
Total das importações		22.418.615.083	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

No segundo capítulo deste trabalho foi analisada a distribuição espacial da indústria automobilística no MERCOSUL, com base em dados de localização das unidades industriais das grandes montadoras de autoveículos. A análise dos dados revelou que a indústria automobilística está concentrada na Argentina e, principalmente, no Brasil. Verificou-se ainda que a indústria foi instalada e está localizada no Brasil e na Argentina há algumas décadas, fato que ressalta a importância da temporalidade dos acontecimentos envolvendo a indústria nesses países e o processo de territorialização¹⁷ das unidades industriais por todo o MERCOSUL.

Trazer essas discussões do segundo capítulo para este terceiro capítulo é importante porque nos permite questionar sobre as relações de comércio estabelecidas na escala intra- e macrorregional. Poderíamos admitir, por exemplo, que o aumento das unidades industriais das montadoras de autoveículos em um ou outro país do MERCOSUL produz novas relações de produção e comércio entre as indústrias dentro do bloco, permitindo as trocas comerciais entre países e indústrias envolvidas.

Quando novas unidades industriais se instalam em um ou outro país do MERCOSUL (como Brasil ou Argentina) pode-se imaginar que a rede de produtores e fornecedores das montadoras é mobilizada na escala regional, intra- e macrorregional, no sentido de estabelecer relações de produção e comércio e oferecer produtos e insumos para atender às necessidades da nova unidade industrial que acaba de ser instalada. Assim, alguns fluxos de comércio são direcionados para atender à nova unidade industrial, tais como no fornecimento de motores, caixas de marchas, e outros componentes e agregados.

De fato, as estatísticas revelaram que o aumento na quantidade de novas unidades industriais instaladas na Argentina após 1990 foi significativo, o que nos permite assumir a ideia de que essas novas unidades industriais possivelmente necessitariam de insumos (por exemplo, matérias-primas e outros produtos) provenientes de outros parceiros comerciais dentro da rede de produção de automóveis, estejam eles localizados dentro ou fora do MERCOSUL. As figuras seguintes mostram algumas dessas relações comerciais estabelecidas na escala intra- e macrorregional.

Por exemplo, a Figura 16 mostra o fluxo de exportação de motores do Brasil para a Argentina entre 1995 e 2013. De acordo com os dados da figura, entre 1995 e 2005 o valor das exportações de motores do Brasil para a Argentina foi relativamente baixo, sugerindo que as unidades industriais e a rede de produtores de motores da Argentina não necessariamente careciam do apoio de outros agentes localizados fora dos territórios da indústria na Argentina.

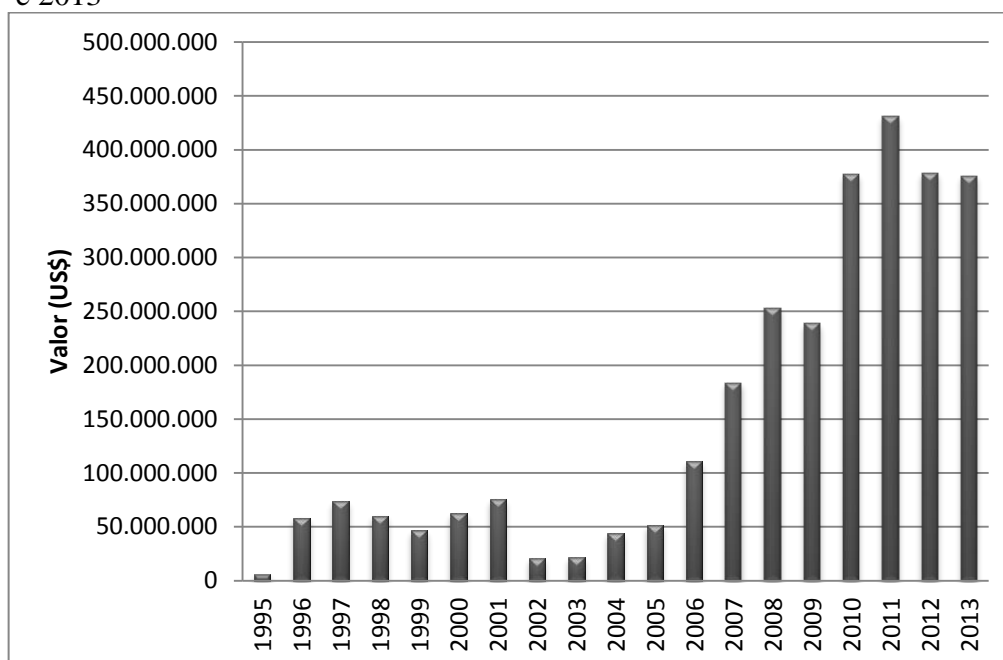
¹⁷ Territorialização, neste contexto, pode ser entendido também como um termo que se relaciona com os conceitos de *embeddedness* e acoplamento estratégico discutidos na perspectiva das GPNs.

Contudo, ao considerar produção e comércio, concomitantemente, e assumir uma perspectiva (histórica) mais flexível sobre esses dados, é possível visualizar que a indústria argentina pode ter estabelecido relações importantes no sentido de fortalecer a rede local de produtores e fornecedores ao longo do tempo. Na Tabela 3, apresentada no segundo capítulo deste trabalho, vimos que seis novas unidades industriais foram instaladas na Argentina após 1995, e que montadoras como a Toyota, Peugeot Citroën, Honda, Fiat etc. iniciaram suas atividades na Argentina.

Nesse contexto, há que se considerar que a instalação da indústria em uma determinada localidade não significa que a produção já se inicia com a máxima capacidade. Existe um lapso temporal até que as fábricas estejam equipadas com os devidos materiais, mão-de-obra especializada, *know how*, capitais etc. para que possam promover relações mais efetivas e intensas com outros agentes localizados no entorno da fábrica e também com outros agentes da rede que estão localizados em outros países.

Assim, é possível afirmar que a indústria automobilística brasileira pode ter contribuído para o fortalecimento da rede local de fornecedores na Argentina. Após a chegada das novas montadoras na Argentina, principalmente entre 1995 e 2011, observa-se um aumento significativo no valor das exportações de motores do Brasil para a Argentina (Figura 16). Já o valor das exportações de motores da Argentina para o Brasil não é significativo (Figura 17).

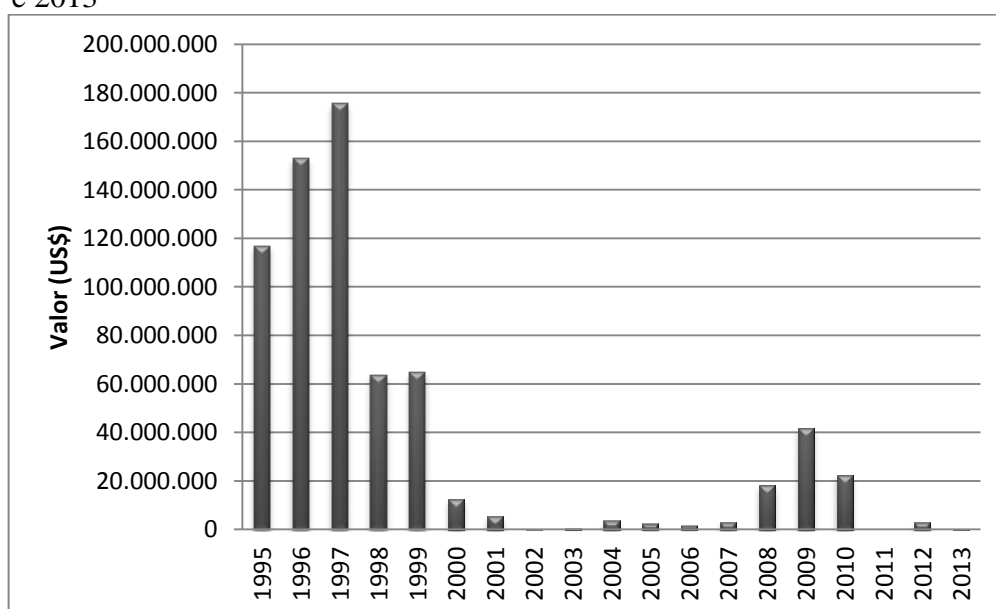
FIGURA 16 - Exportação de motores do Brasil para a Argentina entre 1995 e 2013



Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: motores se referem aos motores de pistão, alternativo ou rotativo, de ignição por faísca (motores de explosão). Código 8407 do Sistema Harmonizado (HS4).

FIGURA 17 - Exportação de motores da Argentina para o Brasil entre 1995 e 2013



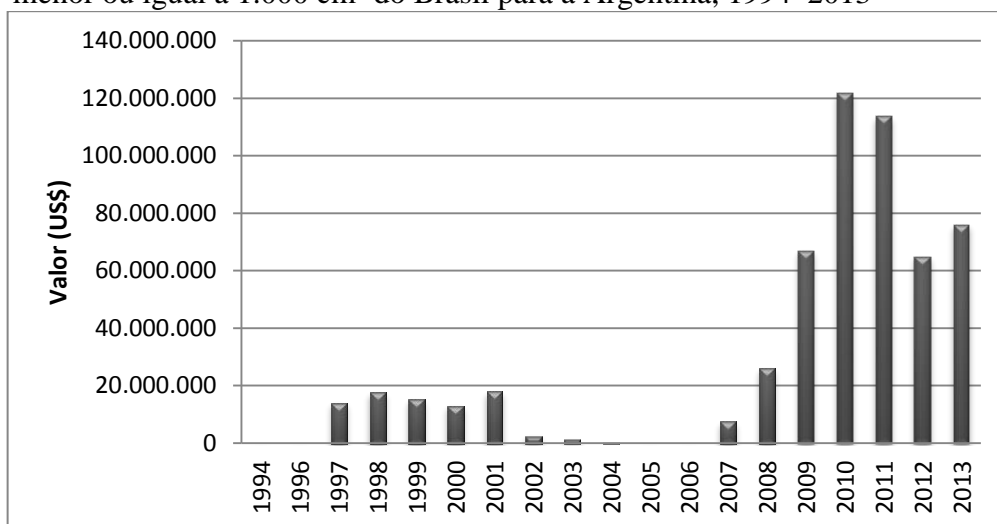
Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: motores se referem aos motores de pistão, alternativo ou rotativo, de ignição por faísca (motores de explosão). Código 8407 do Sistema Harmonizado (HS4).

Considerando o fluxo de exportação de motores, é possível fazer ainda uma distinção entre duas categorias diferentes: uma com motores de cilindrada maior do que 250 cm³ e menor ou igual a 1.000 cm³, ou seja, menor ou igual a motores 1.0 (Figura 18); e outra com motores

de cilindrada maior que 1.000 cm³ ou, ainda, maior que 1.0 (Figura 19). Em ambas as categorias, o fluxo de exportação de motores do Brasil para a Argentina é semelhante, pois entre 2007 e 2013 percebeu-se um aumento significativo na exportação de motores do Brasil em direção ao país vizinho.

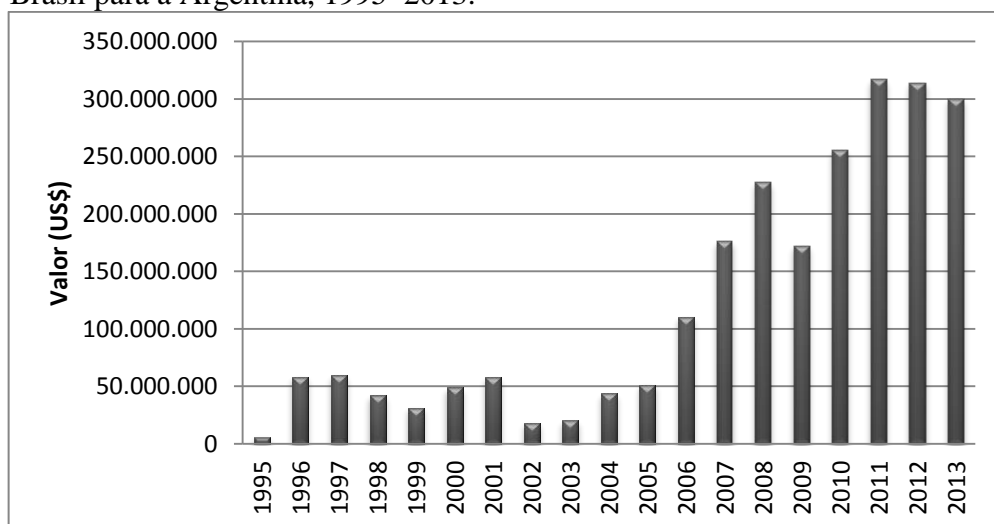
FIGURA 18 - Exportação de motores de cilindrada maior que 250 cm³ e menor ou igual a 1.000 cm³ do Brasil para a Argentina, 1994–2013



Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: motores de cilindrada maior do que 250 cm³ e menor ou igual a 1.000 cm³ se referem aos motores do código 840733 do Sistema Harmonizado (HS6).

FIGURA 19 - Exportação de motores de cilindrada maior que 1.000 cm³ do Brasil para a Argentina, 1995–2013.



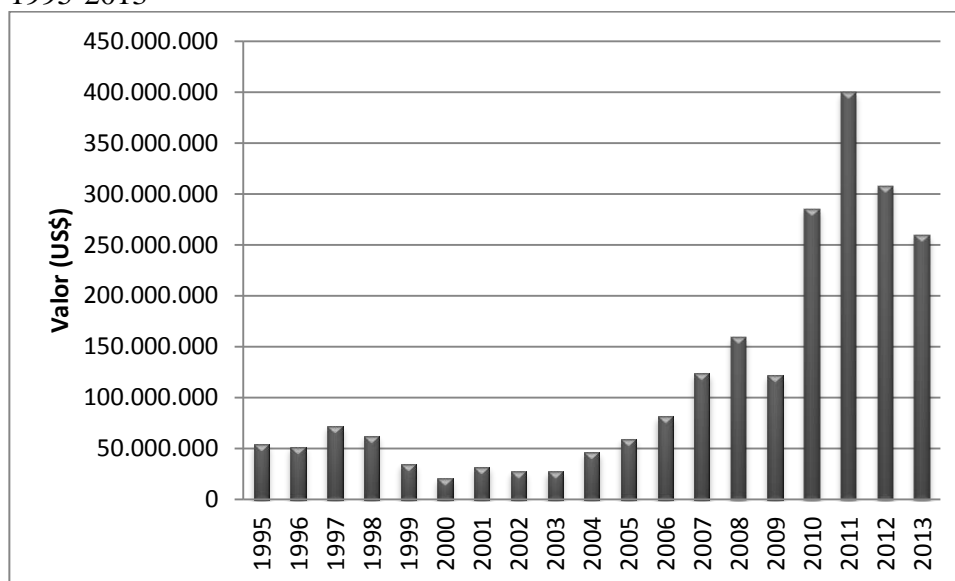
Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: motores de cilindrada maior do que 1000 cm³ se referem aos motores do código 840734 do Sistema Harmonizado (HS6).

Situação semelhante ocorreu com o fluxo de exportação de caixas de marchas do Brasil para a Argentina (Figura 20). Entre 1995 e 2004, observou-se que o fluxo de exportação desses

produtos do Brasil para a Argentina permaneceu relativamente estável e pouco significativo se comparado ao fluxo no período 2005–2013, pois o montante exportado não atingia a cifra dos US\$ 50 milhões. Já entre 2005 e 2013, percebe-se um aumento significativo no valor das exportações, que chegaram a ultrapassar a cifra dos US\$ 400 milhões em 2011.

FIGURA 20 - Exportação de caixas de marchas do Brasil para a Argentina, 1995-2013



Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: caixas de marchas se referem às caixas de marchas (velocidade) e suas partes, para veículos automotores das posições 8701 a 8705, listadas no código 870840 (HS6) do Sistema Harmonizado (HS6).

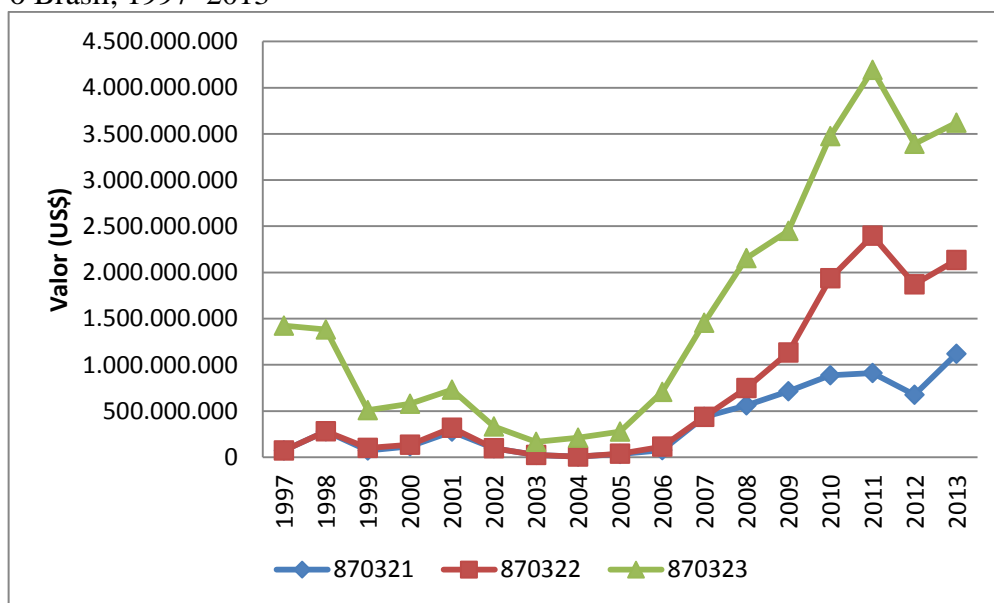
Todavia, se os motores e as caixas de marchas são enviados do Brasil para a Argentina para realizar a produção do automóvel naquele país, conforme fora admitido, então é possível admitir também que esses motores retornam ao Brasil como partes ou componentes integrantes de automóveis que foram produzidos na Argentina e exportados deste país em direção ao Brasil. Se esse é o caso, deveríamos constatar um ligeiro aumento no valor e no volume das exportações de automóveis da Argentina para o Brasil no período analisado.

Contudo, essa suposição deve ser feita com cautela, pois tanto os motores como as caixas de marchas importados pela Argentina podem ser simplesmente utilizados na produção de automóveis destinados a abastecer o mercado nacional argentino ou ainda outros mercados, que não necessariamente o mercado brasileiro. De qualquer forma, a Figura 21 revela que durante o período em que as fábricas argentinas receberam o maior fluxo de motores e caixas de marchas do Brasil houve também um aumento no fluxo de exportações de automóveis de passageiros da Argentina em direção ao Brasil.

Conforme se viu no final da última seção do primeiro capítulo deste trabalho, que trata do método e dos procedimentos metodológicos, o sistema harmonizado de codificação de mercadorias define automóveis de passageiros em quatro categorias distintas: 870321, 870322, 870323 e 870324, sendo que a capacidade do motor dos automóveis aumenta à medida que passamos de uma categoria para outra.

Assim, a Figura 21 apresenta apenas o fluxo de exportação de automóveis de passageiros das categorias 870321 a 870323. Já a categoria 870324 é analisada separadamente, na Figura 22, pois as estatísticas não trazem informações completas sobre os fluxos de exportação da Argentina para o Brasil no que concerne a essa categoria de automóveis. Essa última categoria é importante porque se refere aos automóveis de passageiros com cilindrada superior a 3.000 cm³, ou seja, automóveis com motores muito mais potentes se comparados aos motores das categorias anteriores e, conseqüentemente, com maior valor agregado. Contudo, o desempenho argentino no mercado brasileiro, nessa categoria de produtos, tem demonstrado ser pouco significativo.

FIGURA 21 - Exportação de automóveis de passageiros da Argentina para o Brasil, 1997–2013



Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

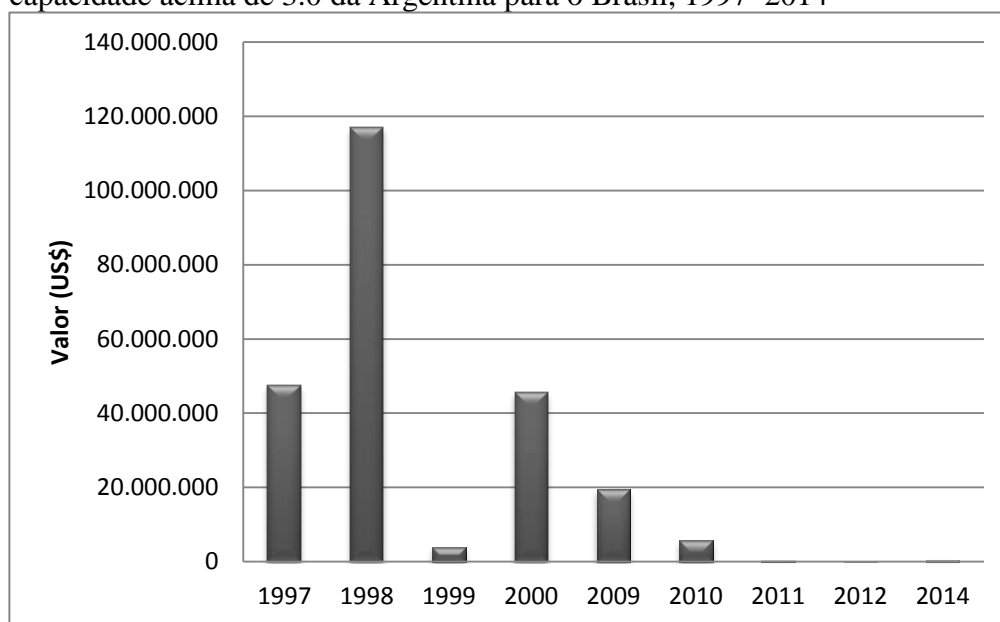
Nota: valores de 1997 para a categoria 870322 se referem a dados do ano de 1996.

870321 automóveis de passageiros de cilindrada ≤ 1.0 .

870322 automóveis de passageiros de cilindrada > 1.0 e ≤ 1.5

870323 automóveis de passageiros de cilindrada > 1.5 e ≤ 3.0

FIGURA 22 - Exportação de automóveis de passageiros com motores de capacidade acima de 3.0 da Argentina para o Brasil, 1997–2014



Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: automóveis de passageiros com motores de capacidade acima de 3.0 se referem aos motores do código 870324 do sistema harmonizado (HS6).

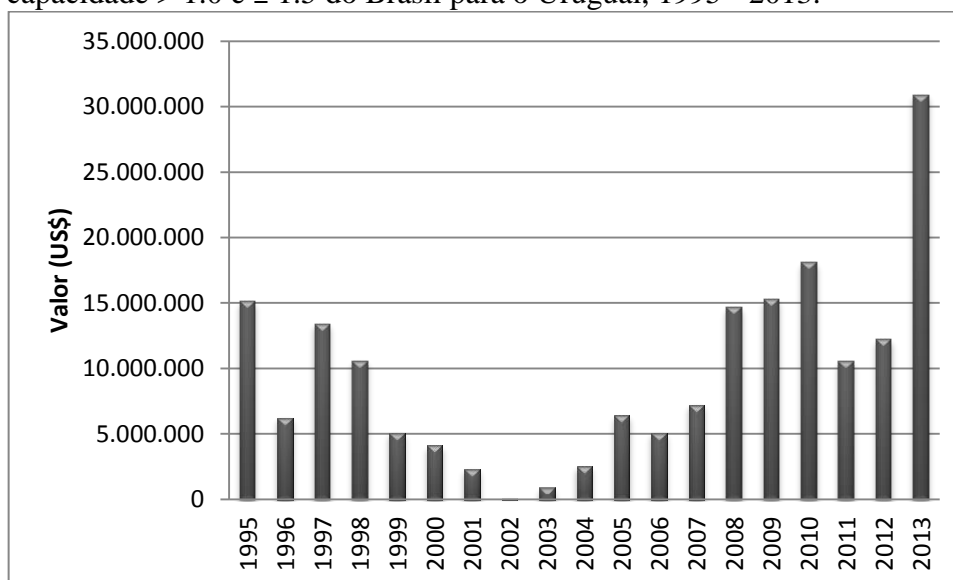
Interessante notar também que a integração regional e os acordos de complementação econômica têm facilitado a instalação da indústria no MERCOSUL e o comércio de produtos automotivos dentro do bloco. No segundo capítulo deste trabalho discutiu-se que, a partir de 2007, o Uruguai firmou acordos de complementação econômica com o Brasil, os chamados ACE n. 66, 67, 68 etc. Isso permitiu assumir a ideia de que a indústria automobilística poderia se beneficiar por meio desses acordos dentro do MERCOSUL, gerando benefícios aos países envolvidos.

De fato, a indústria começou a se estabelecer no Uruguai e novas unidades industriais (fábricas) foram instaladas no país, principalmente entre 2007 e 2011. Da mesma forma, a indústria brasileira passou a exportar mais para o país vizinho. Entre 2005 e 2013, por exemplo, houve um aumento no valor das exportações de automóveis do Brasil para o Uruguai, especialmente nas categorias de automóveis com motores de capacidade situados entre o maior ($>$) do que 1.0 e o menor ou igual (\leq) a 3.0 (figuras 23 e 24).

Já em relação ao comércio de produtos automotivos entre Brasil e Venezuela não é possível dizer o mesmo. Diante dos fatos e dados já analisados em relação à Venezuela, é possível imaginar que o comércio com esse país enfraqueceu nos últimos anos. Na Figura 25, percebe-se que entre 2002 e 2011 a Venezuela estabeleceu relações de comércio importantes

com o Brasil. Já o Brasil, por sua vez, aumentou o valor das exportações de caixas de marchas para a Venezuela.

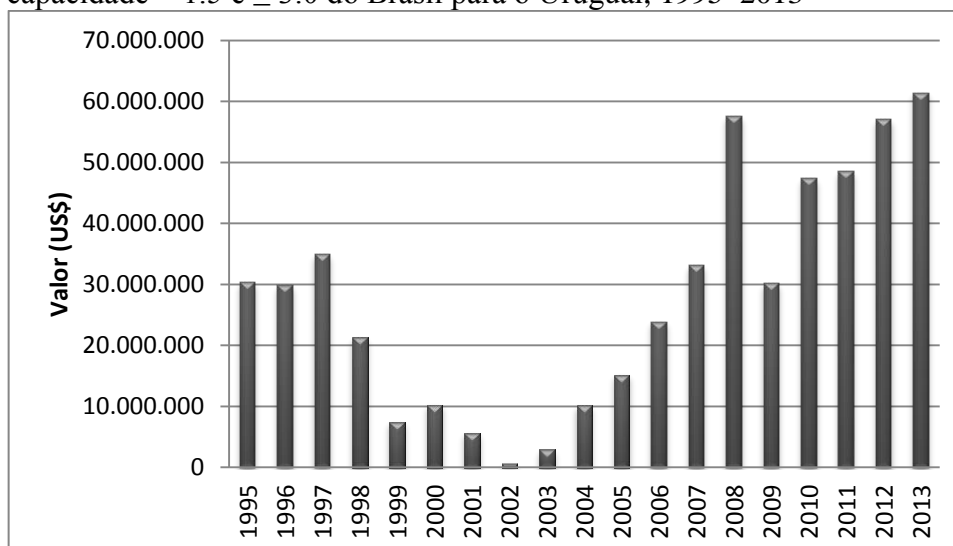
FIGURA 23 - Exportação de automóveis de passageiros com motores de capacidade > 1.0 e ≤ 1.5 do Brasil para o Uruguai, 1995–2013.



Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: automóveis de passageiros com motores de capacidade > 1.0 e ≤ 1.5 se referem aos motores do código 870322 do sistema harmonizado (HS6).

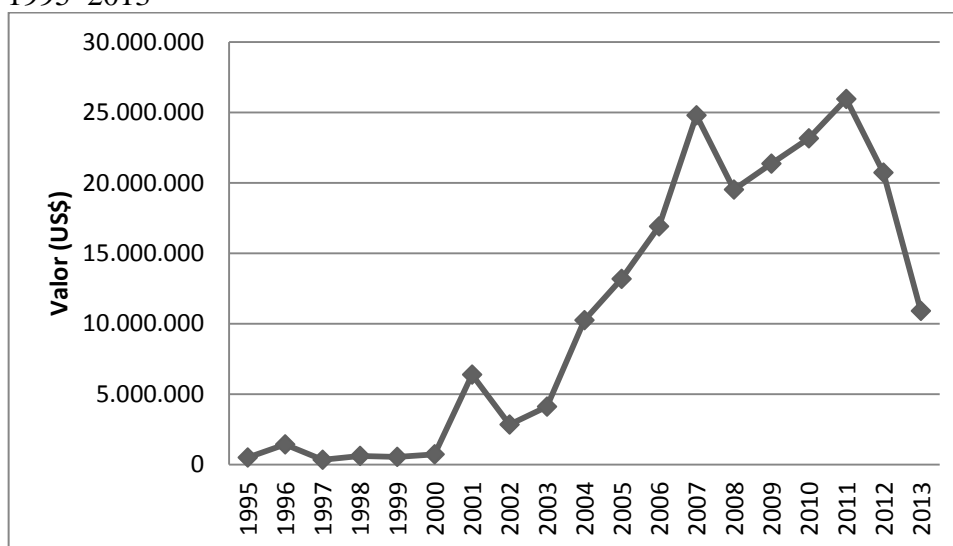
FIGURA 24 - Exportação de automóveis de passageiros com motores de capacidade > 1.5 e ≤ 3.0 do Brasil para o Uruguai, 1995–2013



Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: automóveis de passageiros com motores de capacidade > 1.5 e ≤ 3.0 se referem aos motores do código 870323 do sistema harmonizado (HS6).

FIGURA 25 - Exportação de caixas de marchas do Brasil para a Venezuela, 1995–2013

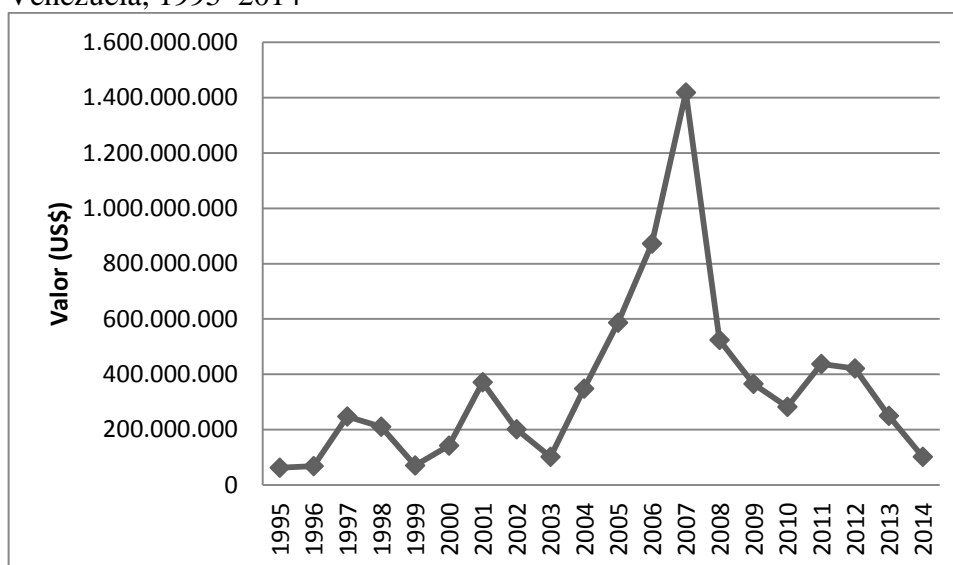


Fonte: UN-COMTRADE; Aliceweb.

Nota: caixas de marchas se referem às caixas de marchas (velocidade) e suas partes, para veículos automotores das posições 8701 a 8705, listadas no código 870840 (HS6) do Sistema Harmonizado (HS6).

Contudo, devido à situação política e macroeconômica da Venezuela nos últimos anos, as relações comerciais entre esses dois países sofreram um impacto significativo, ocasionando a redução no valor das transações comerciais. A partir de 2007, por exemplo, é possível notar que houve uma queda acentuada no valor das exportações de produtos automotivos do Brasil para a Venezuela (Figura 26).

FIGURA 26 - Exportação de produtos automotivos do Brasil para a Venezuela, 1995–2014



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

Com base na análise desses dados, é notório que várias relações podem ser estabelecidas na escala intra- e macrorregional considerando os fluxos de comércio envolvendo os Estados-partes do MERCOSUL e suas respectivas indústrias automobilísticas. É possível perceber que essas relações também são importantes no contexto da globalização e, sobretudo, da integração regional.

A importância da análise na escala intra- e macrorregional também se torna evidente à medida que se consideram as relações de comércio entre os países envolvidos. Viu-se que a Argentina, por exemplo, é um dos principais mercados consumidores de produtos automotivos brasileiros. Isso, por si só, é um fato que permite o questionamento acerca das possibilidades e limitações relacionadas à análise do *upgrading* industrial na escala intra- e macrorregional no MERCOSUL.

Há que se recordar que as perspectivas de *upgrading* industrial até hoje desenvolvidas tendem a considerar as relações de comércio envolvendo os grandes centros de consumo da economia mundial e o desempenho das indústrias nesses grandes centros. Isso pode ser considerado um resquício da análise centro-periferia ou ainda da própria estrutura analítica que permitiu o surgimento das perspectivas da GCCs, GVCs e GPNs, ou seja, a teoria do sistema mundial.

Contudo, conforme se afirmou anteriormente, o objetivo deste trabalho consiste em examinar, em particular, as trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* no contexto de pressões competitivas impostas pelo processo de globalização. Isso, de certa forma, minimiza a importância da análise atrelada somente à escala intra- e macrorregional, mas não significa que é uma análise que possa ser completamente ignorada nesse contexto. Tendo feito essas considerações, é possível analisar agora as trajetórias de *upgrading* e/ou *downgrading* das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL. Essa é a tarefa a ser desenvolvida no próximo capítulo.

Capítulo IV

UPGRADING OU DOWNGRADING NO MERCOSUL?

Nos capítulos anteriores foram analisadas não apenas a localização e concentração espacial das indústrias dentro da ampla escala do MERCOSUL, como também as relações de comércio que envolvem as indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL e os grandes centros de consumo de produtos automotivos na economia mundial.

A partir dessas análises, tornou-se evidente a necessidade de se analisar produção e comercialização de forma integrada, bem como a relevância da escala de análise em estudos de *upgrading* industrial. Constatou-se, também, a importância dos grandes centros de consumo de produtos automotivos na economia mundial. Como resultado, o trabalho a ser desenvolvido a partir de agora deve considerar o exame detalhado dos fluxos de exportação e importação envolvendo esses grandes centros de consumo da economia mundial.

Portanto, neste capítulo será realizada a última análise deste trabalho, aquela que consideramos ser a mais robusta na perspectiva do *upgrading* industrial. Considerando o quarto e quinto objetivos específicos estabelecidos para este trabalho, buscar-se-á, portanto, concluir as análises acerca da participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL no comércio de produtos automotivos e, principalmente, avaliar e comparar os níveis de competitividade dessas indústrias nos mercados internacionais e analisar suas respectivas trajetórias de *upgrading* ou *downgrading*. Essas serão as tarefas a serem desenvolvidas a partir de agora.

4.1. Desempenho das indústrias automobilísticas do MERCOSUL nos mercados internacionais: uma análise a partir dos altos níveis de agregação de mercadorias

No terceiro capítulo deste trabalho foi analisada a demanda mundial por produtos automotivos. Observou-se que os países do NAFTA, da UE-15 e também a China compõem o grupo de países considerados como os principais centros de consumo de produtos automotivos. Em particular, constatou-se que os Estados Unidos são o principal importador de produtos automotivos, com uma demanda que representou aproximadamente 20% da demanda mundial em 2013.

Portanto, nesta seção do capítulo desenvolveremos inicialmente uma breve análise dos fluxos de exportação de produtos automotivos em direção à UE-15 e à China, e, posteriormente,

consideraremos os fluxos de exportação em direção aos Estados Unidos e aos países do NAFTA de um modo geral.

Segundo os dados da Tabela 17, os principais países exportadores de produtos automotivos para a UE-15 são países europeus, o que demonstra a influência da proximidade geográfica e também do grau de integração regional e produtiva dentro da própria UE. A Alemanha detém a maior fatia de mercado, aproximadamente 25% de participação nas exportações para a UE-15. Considerando a escala global, a participação das indústrias automobilísticas do MERCOSUL no mercado da UE-15 é ainda pouco expressiva, pois as exportações de produtos automotivos de países como Argentina e Brasil sequer chegaram a atingir o índice mínimo de 1% de participação no mercado da UE-15 em 2013.

Mas, se conduzimos a análise considerando apenas um agregado de produtos, tais como os produtos automotivos (Tabela 17), deixamos de apreciar a importância que Brasil e Argentina desempenham na escala regional dentro das redes de produção automobilísticas e, ainda, simplesmente ignoramos o desempenho individual de cada indústria nos mercados internacionais ao longo do tempo e em determinadas categorias de produtos.

Daí a importância de analisarmos o desempenho das indústrias em subsetores e categorias específicas de produtos. Conforme já foi analisado em trabalhos anteriores, altos níveis de agregação dos produtos podem ocultar o desempenho real das indústrias em determinados setores, subsetores ou categorias de produtos produzidos e comercializados pelas indústrias.

Smith e Alves (2012, p.35) se referem a essa questão afirmando que:

Nesses dois níveis de agregação do sistema harmonizado, os produtos automotivos incluem produtos heterogêneos, tais como automóveis, peças e componentes. Embora esse nível de agregação seja útil para dar uma visão mais ampla a respeito das grandes tendências na indústria automotiva europeia, ele nos revela pouco sobre quais produtos são capazes de competir efetivamente nos mercados de exportação e quais seriam mais propensos a sofrer pressões competitivas de produtores localizados em outros lugares. Assim, para identificar o desempenho dos países em uma determinada categoria de produtos, é necessário utilizar níveis mais elevados de desagregação que permitam uma análise específica dos produtos, bem como de suas trajetórias comerciais na indústria automotiva.

Assim, o argumento defendido em Alves (2011) também permanece válido para esta análise. Ou seja, “altos níveis de desagregação implicam homogeneidade maior do produto e, portanto, permitem uma análise mais significativa em termos de *industrial upgrading*” (ALVES, 2011, p.28). Antes de prosseguirmos para a análise considerando níveis maiores de desagregação dos produtos, no entanto, vamos considerar os fluxos de exportação de produtos

automotivos do MERCOSUL para a UE-15 ao longo do tempo e os fluxos de exportação em direção à China e ao NAFTA.

TABELA 17 - Principais países exportadores de produtos automotivos para a UE-15 em 2013

Posição	País	Valor (€, Euros)	Quota de Mercado (%)
1	Alemanha	80.249.885.228	25,6
2	França	29.904.066.800	9,5
3	Espanha	25.289.202.745	8,1
4	Bélgica	23.906.935.797	7,6
5	Itália	15.484.539.438	4,9
6	Reino Unido	15.163.545.004	4,8
7	República Checa	14.010.976.042	4,5
8	Polônia	10.537.718.424	3,4
9	Japão	10.143.532.500	3,2
10	Holanda	9.780.050.016	3,1
11	Eslováquia	8.765.750.169	2,8
12	Turquia	8.277.009.160	2,6
13	Suécia	7.831.720.115	2,5
14	Estados Unidos	7.131.632.917	2,3
15	Áustria	6.348.761.237	2,0
16	Hungria	5.765.735.134	1,8
17	China	4.106.481.023	1,3
18	Coréia do Sul	4.072.972.621	1,3
19	Romênia	3.600.170.475	1,1
20	Portugal	3.249.643.714	1,0
38	Brasil	272.133.689	0,1
44	Argentina	174.138.688	0,1
77	Uruguai	2.920.568	0,001
97	Venezuela	593.125	0,0002
132	Paraguai	111.793	0,00004

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do EUROSTAT-Easy Comext

Produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

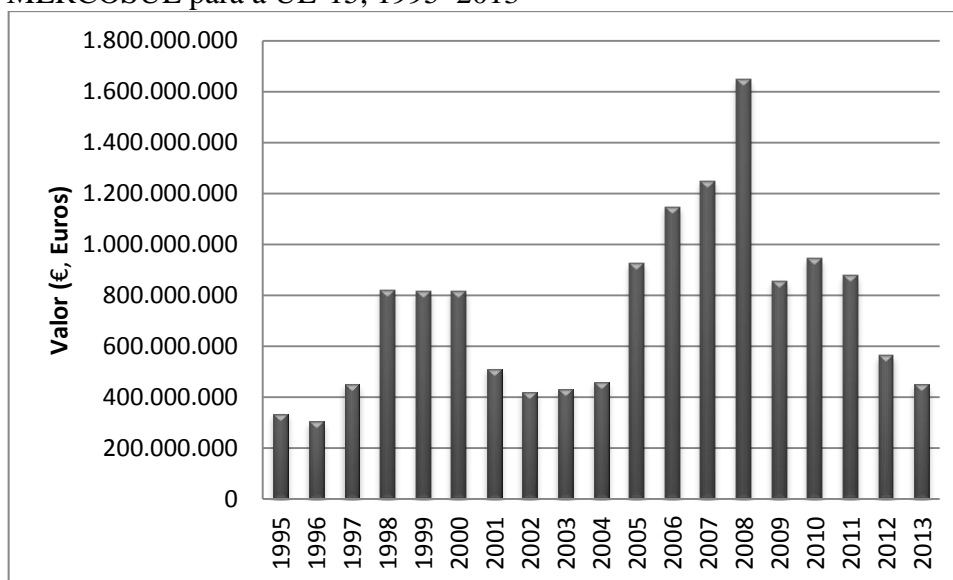
“Principais países exportadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na exportação de produtos automotivos no mercado da UE-15.

Como o foco da análise incidiu somente na relação país exportador-UE-15, o comércio intra- e extra-UE (relativo aos fluxos que envolvem grupo de países ou blocos, ou, ainda, grupos de países não especificados) foi excluído da análise.

Analisando-se os dados da Figura 27, percebe-se que entre 1997 e 2000, e principalmente entre 2005 e 2008, as indústrias automobilísticas do MERCOSUL apresentaram um aumento no valor das exportações de produtos automotivos para a UE-15 e, conseqüentemente, conseguiram melhorar o desempenho das exportações nesses mercados europeus. Após 2008, porém, as indústrias apresentaram uma queda no valor e também no volume das exportações de produtos automotivos para a UE-15, trajetória que, novamente, nos estimula a realizar uma análise ainda mais profunda e específica para se determinar se houve,

realmente, um *upgrading* em determinados subsetores e produtos produzidos e exportados pelas indústrias do MERCOSUL.

FIGURA 27 - Valor das exportações de produtos automotivos do MERCOSUL para a UE-15, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do EUROSTAT-Easy Comext

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

Com relação aos fluxos de exportação em direção à China em 2013, as indústrias automobilísticas do MERCOSUL também parecem não apresentar bom desempenho. No terceiro capítulo deste trabalho (Tabela 9) foi dito que a China foi o terceiro principal mercado consumidor de produtos automotivos em 2013, com uma demanda que representou 5,8% da demanda mundial. Mais uma vez, a participação das indústrias do MERCOSUL não chegou a atingir o índice mínimo de 1% (ou mais) na exportação de produtos automotivos para o mercado chinês (Tabela 18).

Porém, da mesma forma que se argumentou anteriormente, tal análise poderia nos conduzir a interpretações precipitadas, pois não há como deixarmos de considerar também o desempenho ao longo do tempo, o desempenho individual de cada indústria e a trajetória de *upgrading* ou *downgrading* em determinadas categorias de produtos e subsetores da indústria. Com a análise dos fluxos de exportação do MERCOSUL em direção a UE-15, percebeu-se que o que parecia ser uma trajetória insignificante para as indústrias do MERCOSUL em 2013 demonstrou ser, ao longo do tempo, uma trajetória um tanto quanto questionável e até mesmo positiva em determinados períodos.

TABELA 18 - Principais países exportadores de produtos automotivos para a China em 2013

Posição	País	Valor (US\$)	Quota de Mercado (%)
1	Alemanha	22.562.283.170	30,4
2	Japão	14.529.180.026	19,6
3	EUA	10.763.562.454	14,5
4	Reino Unido	7.200.911.409	9,7
5	Coreia do Sul	5.200.365.317	7,0
6	Eslováquia	2.974.953.121	4,0
7	México	1.898.851.425	2,6
8	Bélgica	1.561.386.012	2,1
9	França	874.538.484	1,2
10	Itália	873.638.748	1,2
11	Suécia	711.045.490	1,0
12	Canadá	708.636.913	1,0
30	Brasil	47.347.930	0,1
44	Argentina	2.395.319	0,003
66	Venezuela	32.829	0,00004
90	Uruguai	3.448	0,000005
107	Paraguai	500	0,000001
Total		74.147.799.378	100,0

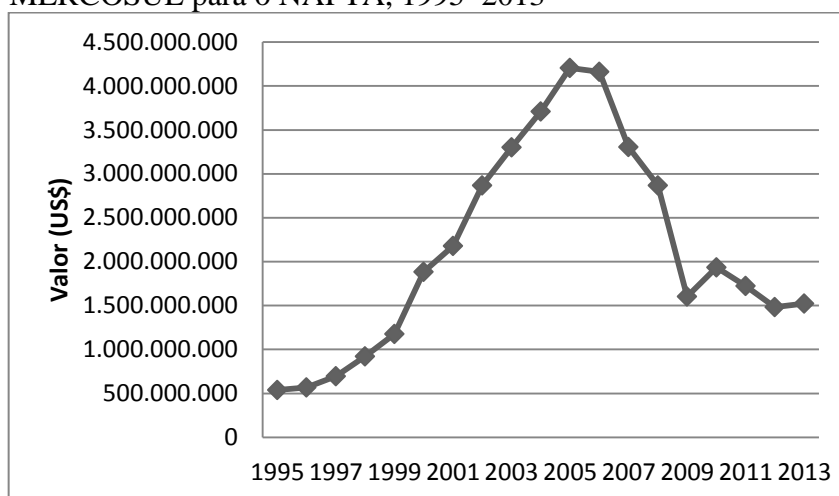
Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

Da mesma forma, quando se avalia o fluxo de exportação de produtos automotivos do MERCOSUL para o NAFTA entre 1995 e 2013, percebe-se que o desempenho das indústrias do MERCOSUL é bastante positivo, principalmente entre 1995 e 2005. Em 1995, as indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL exportaram pouco mais de US\$ 500 milhões em produtos automotivos para o NAFTA. Em 2005, no entanto, esse valor ultrapassou os US\$ 4 bilhões — um aumento impressionante, sugerindo *upgrading* (Figura 28).

Contudo, há que se registrar que as trajetórias se deram de forma bastante heterogênea após 2005. Entre 2005 e 2013, por exemplo, a trajetória é bastante distinta, apresentando queda expressiva entre 2005 e 2009, seguida de uma breve recuperação no período 2009-2010, nova queda entre 2010 e 2012, e relativo equilíbrio entre 2012 e 2013. Isso indica a importância que o recorte temporal exerce na análise. Em determinados períodos é possível constatar trajetórias sucessivas de *upgrading*, já em outros períodos, trajetórias opostas. Esse assunto voltará a figurar neste trabalho um pouco mais adiante, nas considerações finais.

FIGURA 28 - Valor das exportações de produtos automotivos do MERCOSUL para o NAFTA, 1995–2013



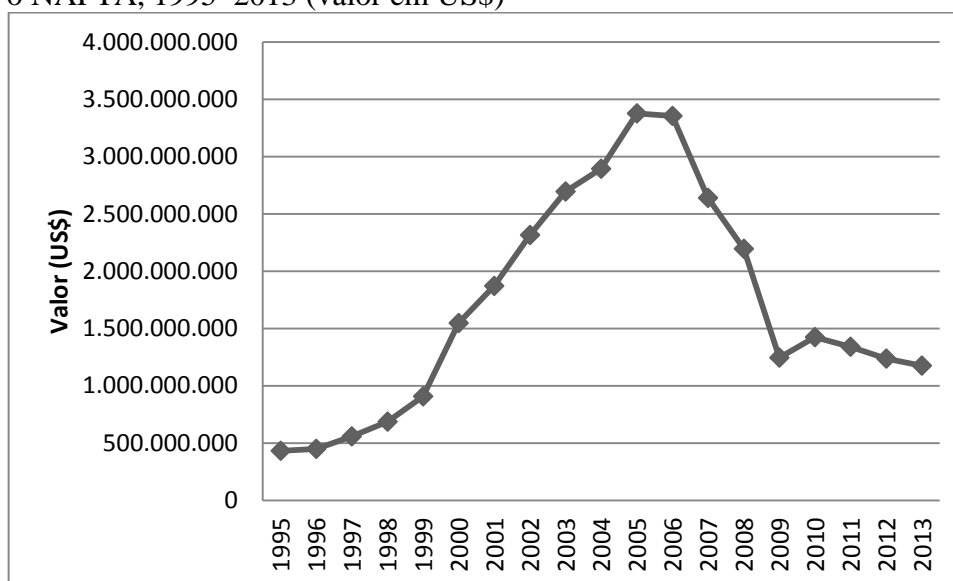
Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado. Devido à insuficiência de dados, as exportações realizadas pelo Paraguai não foram contabilizadas.

No que se refere ao desempenho individual das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL no mercado dos países do NAFTA, a trajetória é semelhante para quase todos os países do bloco quando se considera o agregado de produtos da indústria, ou seja, os produtos automotivos. Em outras palavras, o bom desempenho apresentado pelo bloco entre 1995 e 2005 se reflete no bom desempenho individual de cada indústria no mesmo período.

Obviamente, existem diferenças de magnitude no valor das exportações. Brasil (Figura 29) e, em menor grau, Argentina (Figura 30) são os principais países exportadores dentro do MERCOSUL. Os demais países do bloco possuem desempenho bastante modesto, conforme mostram a Figura 31, alusiva ao Uruguai, e Figura 32, referente à Venezuela.

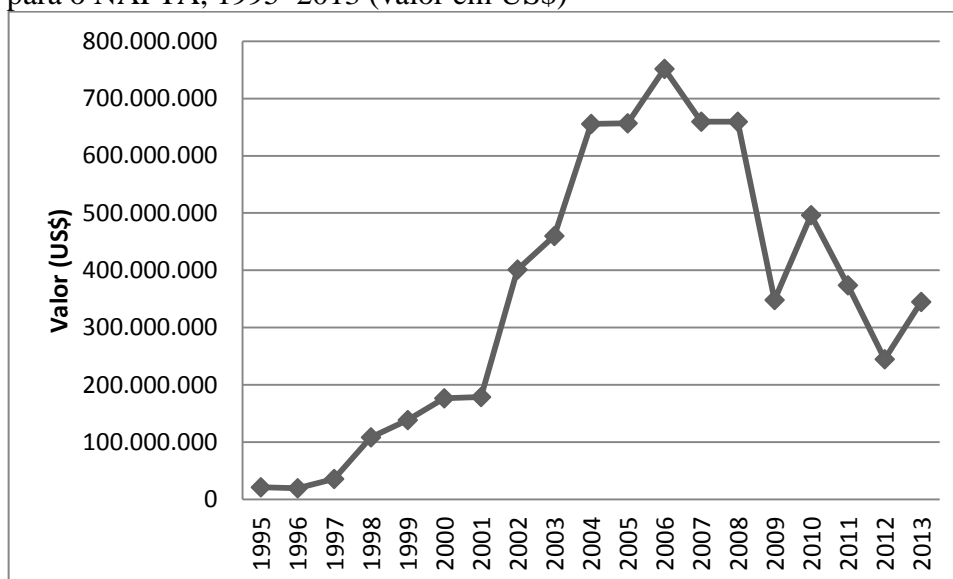
FIGURA 29 – Fluxo de exportação de produtos automotivos do Brasil para o NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

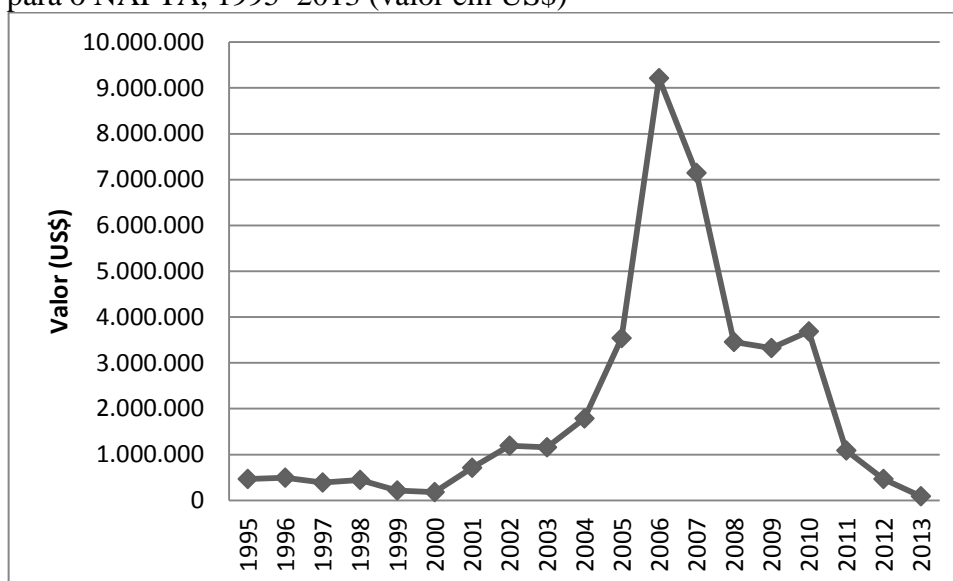
FIGURA 30 - Fluxo de exportação de produtos automotivos da Argentina para o NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

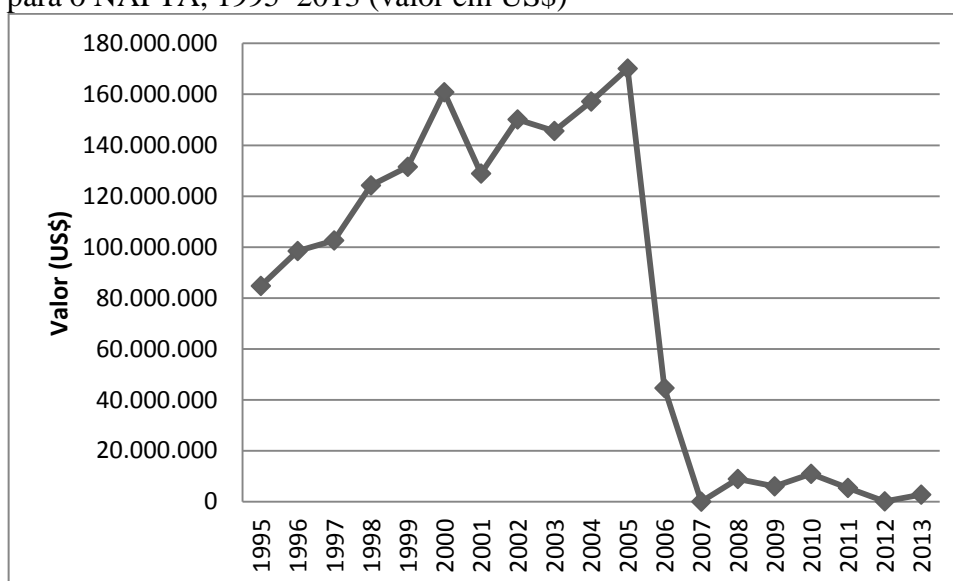
FIGURA 31 - Fluxo de exportação de produtos automotivos do Uruguai para o NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

FIGURA 32 - Fluxo de exportação de produtos automotivos da Venezuela para o NAFTA, 1995–2013 (valor em US\$)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

As exportações de produtos automotivos do Paraguai em direção aos países do NAFTA é praticamente insignificante. O valor das exportações desse país em direção aos Estados Unidos mal chegaram a atingir os US\$ 20 mil em 2014. Além disso, segundo o banco de dados do UN-COMTRADE, esse patamar foi ultrapassado em pouquíssimas oportunidades

desde 1995. Isso pode ser atribuído ao fato de não existirem montadoras no Paraguai, conforme foi visto no segundo capítulo. Nesses casos, as exportações podem ser provenientes também de produtos automotivos usados. Não há registros de exportações de produtos automotivos do Paraguai em direção ao Canadá e ao México.

Considerando o fluxo de comércio bilateral, existem diferenças importantes nas relações estabelecidas entre os países e as indústrias pertencentes ao MERCOSUL e ao NAFTA. Entre 1995 e 2002, por exemplo, os EUA foram o principal destino para exportações brasileiras de produtos automotivos. Mas, entre 2003 e 2013, o fluxo de exportação dos produtos automotivos brasileiros passou a ser ainda mais significativo em relação ao México, pois o montante exportado para esse país superou as exportações de produtos automotivos na relação Brasil–EUA (Tabela 19).

TABELA 19 - Valor das exportações (US\$) de produtos automotivos do Brasil para o NAFTA, 1995–2013

Ano	EUA	Canadá	México	NAFTA
1995	389.598.912	8.738.079	34.609.520	432.946.511
1996	364.339.808	9.225.085	75.369.160	448.934.053
1997	397.784.224	7.670.208	152.718.704	558.173.136
1998	424.164.544	7.791.877	255.070.448	687.026.869
1999	513.042.968	17.208.018	376.913.414	907.164.400
2000	736.079.824	22.888.651	788.198.836	1.547.167.311
2001	970.402.732	28.424.679	872.086.018	1.870.913.429
2002	1.144.231.831	41.895.264	1.128.730.020	2.314.857.115
2003	1.174.042.441	114.088.452	1.408.551.423	2.696.682.316
2004	1.094.172.041	85.182.056	1.716.029.644	2.895.383.741
2005	1.339.848.167	100.632.530	1.936.347.989	3.376.828.686
2006	1.259.391.754	81.100.455	2.014.819.710	3.355.311.919
2007	896.901.040	145.605.794	1.597.005.229	2.639.512.063
2008	695.841.459	139.014.130	1.359.579.446	2.194.435.035
2009	341.568.542	108.004.451	795.812.164	1.245.385.157
2010	382.344.563	3.894.666	1.037.283.393	1.423.522.622
2011	453.855.319	6.155.368	880.946.152	1.340.956.839
2012	472.328.985	8.407.368	755.435.823	1.236.172.176
2013	404.908.941	4.476.313	767.530.823	1.176.916.077

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

De qualquer forma, tanto os EUA como o México são mercados importantes para as exportações brasileiras de produtos automotivos. Sob o ponto de vista da tese defendida neste trabalho, isso implica o refinamento da análise no sentido de analisarmos os produtos de forma desagregada, mais particularizada, buscando identificar quais produtos realmente são

competitivos nesses (e em outros) mercados e que podem indicar melhorias em produtos e processos ao nível da indústria. Essa tarefa será realizada nas próximas duas seções. Antes disso, porém, cabe um breve comentário sobre a relação bilateral de outros países do MERCOSUL, além do Brasil, com os países do NAFTA, no que concerne às transações comerciais de produtos automotivos.

Conforme os dados da Tabela 20, a indústria argentina também estabelece relações importantes com o NAFTA e exporta produtos automotivos para todos os três países daquele bloco. Contudo, o valor das exportações não chega a atingir os mesmos patamares apresentados na relação Brasil–NAFTA. Igualmente, os EUA e principalmente o México são importantes parceiros comerciais da Argentina. Uruguai e Venezuela possuem relações menos intensas com os países do NAFTA, pois os valores comercializados com aqueles parceiros comerciais são pouco expressivos e oscilam consideravelmente ao longo do tempo, conforme mostram as tabelas 21 e 22, respectivamente.

TABELA 20 - Valor das exportações (US\$) de produtos automotivos da Argentina para o NAFTA, 1995–2013

Ano	EUA	Canadá	México	NAFTA
1995	19.398.474	1.242.995	470.327	21.111.796
1996	18.497.204	12.826	1.117.887	19.627.917
1997	29.717.232	90.739	6.071.845	35.879.816
1998	46.879.712	128.056	61.472.096	108.479.864
1999	45.109.113	116.569	93.671.422	138.897.104
2000	41.828.676	142.445	134.965.444	176.936.565
2001	48.113,58	244.039	178.876.373	179.168.526
2002	62.752.008	238.948	338.479.179	401.470.135
2003	73.864.099	2.820.470	383.101.019	459.785.588
2004	107.590.010	5.028.677	542.773.823	655.392.510
2005	115.141.434	6.187.474	535.193.630	656.522.538
2006	132.828.602	3.181.034	616.019.885	752.029.521
2007	103.356.042	3.606.181	552.361.121	659.323.344
2008	78.892.976	2.460.714	578.014.869	659.368.559
2009	45.021.098	1.003.574	302.309.902	348.334.574
2010	59.849.932	3.201.981	433.209.673	496.261.586
2011	84.066.432	2.316.524	287.771.597	374.154.553
2012	59.481.462	2.415.000	183.145.747	245.042.209
2013	34.457.748	280.460	310.112.918	344.851.126

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

TABELA 21 - Valor das exportações (US\$) de produtos automotivos do Uruguai para o NAFTA, 1995–2013

Ano	EUA	Canadá	México	NAFTA
1995	317.852	...	146.219	464.071
1996	296.715	...	197.586	494.301
1997	185.041	...	203.643	388.684
1998	78.931	2.512	366.315	447.758
1999	121.911	...	95.320	217.231
2000	142.619	23.900	14.305	180.824
2001	61.170	3.350	648.015	712.535
2002	548.515	20.220	620.965	1.189.700
2003	462.005	...	692.164	1.154.169
2004	605.220	60.400	1.121.147	1.786.767
2005	2.028.648	18.561	1.495.238	3.542.447
2006	8.706.183	...	504.491	9.210.674
2007	6.342.632	305.146	499.549	7.147.327
2008	2.998.417	6.800	449.581	3.454.798
2009	2.863.281	...	459.458	3.322.739
2010	3.361.064	...	322.959	3.684.023
2011	1.007.839	2.000	80.476	1.090.315
2012	277.915	165.100	21.000	464.015
2013	54.439	33.971	200	88.610

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: ... Dado não disponível.

TABELA 22 - Valor das exportações (US\$) de produtos automotivos da Venezuela para o NAFTA, 1995–2013

Ano	EUA	Canadá	México	NAFTA
1995	82.457.432	438.662	1.790.508	84.686.602
1996	95.752.832	23.910	2.645.098	98.421.840
1997	101.302.360	187.074	1.104.522	102.593.956
1998	122.434.568	148.510	1.577.816	124.160.894
1999	130.204.823	156.587	1.160.859	131.522.269
2000	160.039.008	345.335	389.335	160.773.678
2001	128.482.362	108.898	334.160	128.925.420
2002	149.127.411	179.841	772.955	150.080.207
2003	141.936.385	1.020.799	2.623.497	145.580.681
2004	149.388.094	2.729.332	4.999.904	157.117.330
2005	161.741.470	1.463.662	6.902.321	170.107.453
2006	37.760.057	...	2.870.825	44.662.378
2007
2008	7.941.837	47.599	955.660	8.945.096
2009	5.705.654	47	326.295	6.031.996
2010	9.447.923	20	1.463.731	10.911.674
2011	4.372.243	78.703	930.216	5.381.162
2012	86.197	86.197
2013	2.610.773	26	120.031	2.730.830

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: produtos automotivos incluem automóveis, peças e acessórios relacionados, listados no código 87 (HS2) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: ... Dado não disponível.

Nas seções seguintes, o foco da análise incidirá sobre produtos específicos comercializados pelas indústrias, tendo em vista a necessidade de desagregarmos os produtos da indústria automobilística em categorias específicas de produtos, conferindo-lhes, dessa forma, mais homogeneidade.

Além de utilizarmos as quatro variáveis mencionadas anteriormente neste trabalho, serão conduzidas análises que se concentram predominantemente no desempenho individual de cada indústria, tendo em vista que já se analisou o desempenho do bloco como um todo no fluxo de comércio de produtos automotivos e que já se constatou que não são todas as indústrias do MERCOSUL que estabelecem relações significativas nos mercados internacionais, pois há

discrepâncias regionais muito grandes dentro do MERCOSUL quando se considera a participação das indústrias nacionais nas redes de produção e comércio do setor automobilístico mundial.

4.2. Os níveis de competitividade

Nesta seção do trabalho são utilizadas quatro variáveis: valor nominal das transações comerciais, volume (Kg), quota de mercado (%) e valores unitários (VU). Embora essas quatro variáveis estejam contidas na análise, o foco se detém predominantemente na noção de competitividade, ou seja, em que medida as indústrias se tornaram mais competitivas ou menos competitivas ao longo do tempo em determinados mercados e categorias de produtos.

Novamente, é importante ressaltar que a análise aqui conduzida faz uso de níveis maiores de desagregação dos produtos e que, portanto, não estamos mais tratando simplesmente de produtos automotivos de um modo geral (por exemplo, automóveis, caminhões, tratores, componentes, peças etc.), mas sim de produtos mais específicos que são produzidos e comercializados principalmente pela rede global de fornecedores de peças e acessórios para veículos automotores.

A análise inicial desta seção incide sobre os fluxos de comércio em direção aos Estados Unidos da América, já que esse é o principal mercado consumidor de produtos automotivos da atualidade. Segundo os dados da Tabela 23, o Japão foi, em 1995, o principal país exportador de peças e acessórios para veículos automotores para o mercado estadunidense. Em seguida, Canadá e México, dois países do NAFTA, representaram, respectivamente, o segundo e o terceiro principais países exportadores de peças e acessórios para veículos automotores para o mercado americano ou estadunidense.

De modo geral, os países do NAFTA e da UE-15 predominam entre os principais fornecedores de peças e acessórios para o mercado americano ou estadunidense. Mas é interessante notar que logo na sequência surge um país que não está no eixo NAFTA-UE: o Brasil. O país foi o nono colocado entre os principais fornecedores de peças e acessórios para o mercado estadunidense em 1995. As exportações brasileiras de peças e acessórios para os EUA contabilizaram pouco mais de US\$ 378 milhões nesse ano, e a participação da indústria brasileira no mercado estadunidense correspondeu a 1,8%. Não há registros envolvendo a variável “volume das exportações” em 1995 e 2000.

TABELA 23 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pelos EUA em 1995

Posição	País exportador	Valor (US\$)	%
1	Japão	7.408.399.872	35,8
2	Canadá	6.493.249.536	31,3
3	México	2.209.602.560	10,7
4	Alemanha	889.837.504	4,3
5	França	785.393.280	3,8
6	Outra Ásia, nes*	409.433.920	2,0
7	Itália	388.091.616	1,9
8	Reino Unido	387.452.000	1,9
9	Brasil	378.381.888	1,8
14	Venezuela	118.577.360	0,6
28	Argentina	20.559.212	0,1
50	Uruguai	278.994	0,001
	Todos os países	20.713.385.984	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

Nes*. *nes se refere ao termo inglês “*not elsewhere specified*”. “Outra Ásia” se refere a um grupo de países asiáticos que reportam suas exportações de forma distinta dentro do grupo, ou seja, variando muito na forma como fornecem detalhes sobre países ou empresas parceiras, ano de exportação, mercadorias e/ou categoria de produtos exportados.

Considerando o período entre 1995 e 2000 (Tabela 24), a indústria brasileira manteve sua posição no mercado americano e a quota de mercado também permaneceu relativamente semelhante. Contudo, houve um aumento no valor das exportações brasileiras de peças e acessórios para veículos automotores em direção aos EUA. Se em 1995 esse valor era pouco superior a US\$ 378 milhões, em 2000 ele chegou a ultrapassar os US\$ 440 milhões.

O mercado americano também se expandiu durante o período, e a China passou a ocupar a oitava posição no ranking dos principais países exportadores de peças e acessórios para veículos automotores em direção aos EUA. Com exceção do Paraguai, todos os demais países do MERCOSUL apresentaram um aumento no valor nominal das exportações de peças e acessórios para veículos automotores com destino aos EUA entre 1995 e 2000, o que sugere a inserção das indústrias em uma trajetória de *upgrading* industrial.

TABELA 24 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pelos EUA em 2000

Posição	País exportador	Valor (US\$)	%
1	Canadá	9.496.499.156	33,0
2	Japão	7.557.307.159	26,3
3	México	4.654.379.888	16,2
4	Alemanha	1.549.562.212	5,4
5	França	871.499.685	3,0
6	Outra Ásia, nes*	595.536.180	2,1
7	Reino Unido	565.823.946	2,0
8	China	481.522.592	1,7
9	Brasil	443.280.954	1,5
10	Itália	437.973.927	1,5
11	Coreia do Sul	348.001.185	1,2
12	Venezuela	209.705.994	0,7
27	Argentina	37.006.923	0,1
43	Uruguai	2.392.018	0,01
	Todos os países	28.760.750.981	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

Nes*. *nes se refere ao termo inglês “*not elsewhere specified*”. “Outra Ásia” se refere a um grupo de países asiáticos que reportam suas exportações de forma distinta dentro do grupo, ou seja, variando muito na forma como fornecem detalhes sobre países ou empresas parceiras, ano de exportação, mercadorias e/ou categoria de produtos exportados.

Mas o bom desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL não ficou limitado apenas ao período situado entre 1995 e 2000. Os dados de 2005 também revelam que o desempenho das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL no mercado americano continuou melhorando. É importante observar que os dados de 2005 em diante são mais consistentes, pois apresentam também valores referentes à variável volume (Kg), que até então não constavam nas estatísticas divulgadas pelo banco de dados do UN-COMTRADE.

Analisando-se os dados da Tabela 25, percebe-se que houve um ligeiro reposicionamento das indústrias no mercado americano. A indústria chinesa foi uma das que apresentaram melhor desempenho durante o período situado entre 2000 e 2005, pois passou a ocupar a quinta posição no mercado americano. Contudo, os dados indicam que os fluxos de comércio de peças e acessórios em direção aos EUA ainda estão situados no eixo NAFTA-UE-15.

O desempenho das indústrias do MERCOSUL, porém, foi desigual, com destaque para as indústrias brasileira e argentina, que não apenas aumentaram o valor das exportações de peças e acessórios para os EUA, mas também conseguiram conquistar uma fatia de mercado ainda maior se comparado aos dados registrados em 2000. Portanto, entre 1995 e 2005, os dados sugerem que há uma nítida inserção e permanência das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL em uma trajetória de *upgrading* industrial. Obviamente, essa trajetória foi desigual dentro do MERCOSUL, pois Venezuela e Uruguai apresentaram oscilações negativas em alguns momentos; já Brasil e Argentina conseguiram estabelecer uma trajetória que pode ser considerada um *upgrading*.

TABELA 25 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pelos EUA em 2005

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Canadá	12.023.451.680	1.365.526.144	28,2	8,8
2	Japão	9.599.621.616	966.785.288	22,5	9,9
3	México	7.881.268.009	981.555.543	18,5	8,0
4	Alemanha	2.865.813.669	302.660.682	6,7	9,5
5	China	2.149.850.805	343.924.780	5,0	6,3
6	Coreia do Sul	1.292.797.327	160.399.713	3,0	8,1
7	França	1.067.654.626	84.877.583	2,5	12,6
8	Outra Ásia, nes*	988.596.979	123.952.363	2,3	8,0
9	Brasil	871.262.328	129.245.230	2,0	6,7
10	Itália	675.658.144	79.864.977	1,6	8,5
11	Reino Unido	539.902.149	59.391.008	1,3	9,1
14	Venezuela	173.399.476	38.835.655	0,4	8,5
21	Argentina	92.371.632	21.991.265	0,2	4,2
60	Uruguai	739.732	94.096	0,002	7,9
67	Paraguai	408.720	44.563	0,001	9,2
	Todos os países	42.623.182.308	4.956.466.624	100,0	8,6

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição; Nes*. *nes se refere ao termo inglês “*not elsewhere specified*”. “Outra Ásia” se refere a um grupo de países asiáticos que reportam suas exportações de forma distinta dentro do grupo, ou seja, variando muito na forma como fornecem detalhes sobre países ou empresas parceiras, ano de exportação, mercadorias e/ou categoria de produtos exportados.

Todavia, quando se considera o desempenho das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL no mercado americano e na categoria de produtos “peças e acessórios para veículos automotores” no período situado entre 2005 e 2010 e também entre 2010 e 2013, a

hipótese não pode ser confirmada. Considerando os dados apresentados nas tabelas 26 e 27 e o desempenho das indústrias ao longo do período 2005–2013, a trajetória está mais relacionada a um *downgrading* em vez de *upgrading*, conforme fora assumido.

De 2005 a 2010 todas as indústrias do MERCOSUL apresentaram reduções significativas no valor e no volume das exportações de peças e acessórios que foram destinados ao mercado americano. Além disso, a quota de mercado também diminuiu, indicando que a participação das indústrias do MERCOSUL no mercado americano se tornou menor (Tabela 26).

TABELA 26 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pelos EUA em 2010

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	México	11.739.528.575	1.012.697.182	27,9	11,6
2	Canadá	7.638.072.953	701.297.526	18,1	10,9
3	Japão	7.239.722.343	606.113.881	17,2	11,9
4	China	4.555.937.505	518.737.478	10,8	8,8
5	Alemanha	2.989.259.454	257.864.959	7,1	11,6
6	Coreia do Sul	2.553.791.468	240.517.178	6,1	10,6
7	Outra Ásia, nes*	1.064.190.087	103.681.991	2,5	10,3
8	França	610.655.901	43.019.009	1,5	14,2
9	Índia	571.729.716	57.431.324	1,4	10,0
10	Itália	553.994.904	52.692.316	1,3	10,5
11	Brasil	351.017.405	39.170.578	0,8	9,0
29	Argentina	51.516.654	8.626.230	0,1	6,0
42	Venezuela	7.155.342	731.965	0,02	9,8
59	Uruguai	324.522	36.182	0,001	9,0
84	Paraguai	59.088	5.380	0,0001	11,0
	Todos os países	42.108.400.250	3.840.539.286	100,0	11,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

Nes*. *nes se refere ao termo inglês “*not elsewhere specified*”. “Outra Ásia” se refere a um grupo de países asiáticos que reportam suas exportações de forma distinta dentro do grupo, ou seja, variando muito na forma em que fornecem detalhes sobre países ou empresas parceiras, ano de exportação, mercadorias e/ou categoria de produtos exportados.

É também verdade que o mercado americano de importação de peças e acessórios para veículos automotores sofreu uma ligeira redução no período 2005–2010, mas a mudança foi ainda mais significativa e negativa para as indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL. Entre 2010 e 2013 a trajetória apresentada pelas indústrias do MERCOSUL no mercado americano de peças e acessórios para veículos automotores foi de declínio. Isso se

refere tanto ao valor e volume das exportações realizadas com os EUA como à quota de mercado atingida pelas indústrias do MERCOSUL no mercado americano (Tabela 27).

TABELA 27 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pelos EUA em 2013

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	México	17.055.632.896	1.418.555.799	29,8	12,0
2	Canadá	9.197.605.219	775.708.150	16,0	11,9
3	Japão	8.792.688.191	646.095.961	15,3	13,6
4	China	6.991.579.415	756.029.356	12,2	9,2
5	Alemanha	4.874.229.147	365.619.113	8,5	13,3
6	Coreia do Sul	4.224.111.401	355.968.626	7,4	11,9
7	Outra Ásia, nes*	1.361.017.156	120.005.430	2,4	11,3
8	Itália	668.344.310	57.875.129	1,2	11,5
9	Índia	653.667.331	64.739.439	1,1	10,1
11	Brasil	301.069.773	32.449.083	0,5	9,3
34	Argentina	30.488.863	3.591.609	0,1	8,5
53	Venezuela	2.829.471	248.872	0,005	11,4
122	Uruguai	3.060	311	0,000005	9,8
	Todos os países	57.322.571.793	4.856.881.123	0,000005	9,8

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

Nes*. *nes se refere ao termo inglês “*not elsewhere specified*”. “Outra Ásia” se refere a um grupo de países asiáticos que reportam suas exportações de forma distinta dentro do grupo, ou seja, variando muito na forma como fornecem detalhes sobre países ou empresas parceiras, ano de exportação, mercadorias e/ou categoria de produtos exportados.

Já em relação aos fluxos de comércio de peças e acessórios para veículos automotores em direção à Alemanha (tabelas 28, 29, 30, 31 e 32), percebe-se nitidamente que algumas indústrias do Centro e Leste-Europeus (CLE) obtiveram um desempenho expressivo e bastante positivo entre 1995 e 2013. Conforme avalia Alves (2011), essas indústrias também se inseriram em trajetórias *upgrading* no mercado europeu e se beneficiaram com o processo de globalização, sobretudo as indústrias automobilísticas nacionais da República Checa e da Polônia.

O fluxo de exportação de peças e acessórios para veículos automotores das indústrias Venezuelana e Uruguia com destino à Alemanha é inconsistente e não há como compará-los aos fluxos exportados pela indústria brasileira e argentina. Conforme fora mencionado anteriormente, também não há como elaborar qualquer argumento positivo em relação ao

desempenho da indústria paraguaia no setor de peças e acessórios para veículos automotores. Contudo, em relação ao desempenho das indústrias brasileira e argentina nesse mesmo setor, é possível identificar claramente a inserção e permanência das indústrias em uma trajetória de *upgrading* industrial.

Quando se considera o valor e o volume das exportações realizadas pelo Brasil e Argentina no comércio bilateral com a Alemanha, percebe-se que ambas as variáveis apresentaram mudanças positivas entre 1995 e 2013, sugerindo que essas indústrias do MERCOSUL melhoraram seu desempenho ao longo do tempo no mercado alemão de peças e acessórios para veículos automotores (ver tabelas 28, 29, 30, 31 e 32).

TABELA 28 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela Alemanha em 1995

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	França	1.410.365.056	172.949.600	20,3	8,2
2	Áustria	948.315.008	100.814.664	13,7	9,4
3	Itália	882.776.000	164.436.144	12,7	5,4
4	Espanha	509.329.984	98.711.136	7,3	5,2
5	Reino Unido	480.078.016	73.905.392	6,9	6,5
6	EUA	422.356.000	24.334.806	6,1	17,4
7	Japão	421.736.992	26.780.460	6,1	15,7
8	Holanda	242.107.008	46.351.248	3,5	5,2
9	República Checa	219.451.008	68.423.784	3,2	3,2
10	Bélgica-Luxemburgo	198.364.000	26.462.708	2,9	7,5
11	Suíça	150.102.000	21.348.984	2,2	7,0
12	Hungria	127.136.000	20.320.402	1,8	6,3
13	Eslováquia	126.975.000	14.565.745	1,8	8,7
14	Suécia	89.389.000	11.881.431	1,3	7,5
15	Noruega	78.317.000	10.869.891	1,1	7,2
25	Brasil	38.270.000	10.204.816	0,6	3,8
49	Argentina	244.000	40.137	0,004	6,1
55	Uruguai	83.000	6.023	0,001	13,8
	Todos os países	6.939.770.880	1.020.822.720	100,0	6,8

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai e Venezuela.

TABELA 29 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela Alemanha em 2000

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	França	1.421.345.000	249.991.100	14,9	5,7
2	Itália	1.076.324.000	258.233.500	11,3	4,2
3	Reino Unido	1.004.444.000	223.012.700	10,5	4,5
4	Áustria	890.560.000	173.316.100	9,3	5,1
5	Espanha	827.055.000	253.507.600	8,7	3,3
6	República Checa	778.933.000	244.928.500	8,2	3,2
7	EUA	399.538.000	34.066.200	4,2	11,7
8	Hungria	397.570.000	63.698.200	4,2	6,2
9	Polônia	332.686.000	78.457.800	3,5	4,2
10	Bélgica	299.292.000	76.325.100	3,1	3,9
11	Japão	252.090.000	17.470.700	2,6	14,4
12	Holanda	251.664.000	69.317.800	2,6	3,6
13	Eslováquia	240.812.000	42.124.700	2,5	5,7
14	Suíça	235.815.000	47.731.500	2,5	4,9
15	Suécia	138.812.000	27.019.600	1,5	5,1
16	África do Sul	123.049.000	23.508.382	1,3	5,2
17	México	110.464.000	18.877.200	1,2	5,9
18	Noruega	110.441.000	20.256.600	1,2	5,5
19	Turquia	95.629.000	47.043.400	1,0	2,0
23	Brasil	38.391.000	9.289.582	0,4	4,1
24	Argentina	34.735.000	3.045.400	0,4	11,4
81	Paraguai	8.000	1.664	0,0001	4,8
97	Venezuela	2.000	416	0,00002	4,8
	Todos os países	9.539.922.000	2.092.869.892	100,0	4,6

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Uruguai.

TABELA 30 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela Alemanha em 2005

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	República Checa	2.573.036.000	365.284.300	12,6	7,0
2	França	2.467.261.000	332.214.700	12,1	7,4
3	Itália	2.376.149.000	410.237.200	11,6	5,8
4	Áustria	1.614.604.000	212.921.300	7,9	7,6
5	Reino Unido	1.557.875.000	259.222.400	7,6	6,0
6	Espanha	1.552.646.000	339.969.400	7,6	4,6
7	Polônia	1.174.256.000	162.910.000	5,8	7,2
8	Hungria	866.311.000	100.322.000	4,2	8,6
9	Bélgica	826.507.000	244.194.100	4,0	3,4
10	Japão	625.840.000	41.263.300	3,1	15,2
11	Eslováquia	599.196.000	72.546.156	2,9	8,3
12	Holanda	593.669.000	91.461.400	2,9	6,5
13	Romênia	423.885.000	34.293.400	2,1	12,4
14	Suíça	414.587.000	71.019.531	2,0	5,8
15	EUA	374.683.000	34.819.300	1,8	10,8
16	Turquia	355.549.000	90.144.400	1,7	3,9
17	Suécia	339.800.000	56.930.800	1,7	6,0
18	Eslovênia	211.005.000	28.029.600	1,0	7,5
24	Brasil	86.996.000	12.725.700	0,4	6,8
31	Argentina	33.859.000	3.228.876	0,2	10,5
95	Venezuela	5.000	200	0,00002	25,0
106	Uruguai	2.000	100	0,00001	20,0
	Todos os países	20.420.682.000	3.217.268.559	100,0	6,3

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai.

TABELA 31 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela Alemanha em 2010

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	República Checa	3.614.517.674	413.804.500	13,4	8,7
2	França	2.998.819.205	297.611.600	11,1	10,1
3	Polônia	2.487.717.152	307.125.000	9,2	8,1
4	Itália	2.428.254.761	337.847.700	9,0	7,2
5	Áustria	2.178.076.044	246.090.300	8,0	8,9
6	Espanha	1.876.221.141	308.989.100	6,9	6,1
7	Hungria	1.515.632.520	127.880.200	5,6	11,9
8	Reino Unido	1.075.085.915	157.013.500	4,0	6,8
9	Eslováquia	1.068.531.830	107.170.700	3,9	10,0
10	Romênia	896.399.323	48.080.200	3,3	18,6
11	Bélgica	818.603.512	151.807.600	3,0	5,4
12	Japão	712.639.840	41.744.500	2,6	17,1
13	Turquia	674.090.373	136.085.300	2,5	5,0
14	Holanda	638.293.966	84.101.400	2,4	7,6
15	China	572.759.738	145.039.000	2,1	3,9
16	EUA	535.884.895	48.200.000	2,0	11,1
17	Suíça	475.646.135	59.454.600	1,8	8,0
18	Suécia	372.459.371	49.587.300	1,4	7,5
19	Eslovênia	310.192.250	41.206.300	1,1	7,5
24	Brasil	118.903.585	13.037.000	0,4	9,1
31	Argentina	41.413.816	3.894.100	0,2	10,6
80	Venezuela	25.172	2.798	0,0001	9,0
103	Uruguai	1.325	172	0,000005	7,7
	Todos os países	27.064.322.858	3.369.999.615	100,0	8,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai.

TABELA 32 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela Alemanha em 2013

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	República Checa	4.727.499.314	526.949.873	13,3	9,0
2	Polônia	4.117.855.770	514.177.543	11,6	8,0
3	França	3.499.738.821	334.165.887	9,9	10,5
4	Itália	3.150.257.590	414.166.430	8,9	7,6
5	Áustria	2.696.441.584	276.783.544	7,6	9,7
6	Espanha	2.228.974.141	341.827.693	6,3	6,5
7	Hungria	1.879.311.197	183.183.467	5,3	10,3
8	Eslováquia	1.708.469.453	161.450.801	4,8	10,6
9	Reino Unido	1.282.951.477	158.878.959	3,6	8,1
10	Romênia	1.240.510.456	67.803.445	3,5	18,3
11	Turquia	1.001.353.845	188.013.954	2,8	5,3
12	Holanda	857.596.628	109.430.366	2,4	7,8
13	Japão	854.567.130	56.044.613	2,4	15,2
14	China	813.928.284	190.983.205	2,3	4,3
15	Bélgica	705.481.440	139.585.531	2,0	5,1
16	EUA	690.026.247	71.003.072	1,9	9,7
17	Suíça	546.921.358	62.741.210	1,5	8,7
18	Eslovênia	499.993.515	53.048.445	1,4	9,4
19	Suécia	420.978.456	57.505.717	1,2	7,3
26	Brasil	148.817.287	11.999.582	0,4	12,4
28	Argentina	117.088.080	14.977.128	0,3	7,8
56	Uruguai	2.330.013	21.395	0,01	108,9
103	Venezuela	645	30	0,000002	21,5
Todos os países		35.437.188.117	4.231.404.880	100,0	8,4

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai.

Como fica claro a partir dos dados expostos na Figura 33, observa-se ainda que a Argentina conseguiu aumentar o valor e o volume das exportações de peças e acessórios para veículos automotores com destino à Alemanha entre 1995 e 2013, sugerindo que a indústria argentina conseguiu melhorar seu desempenho ao longo do tempo e atingir níveis importantes de *upgrading* em produtos. Isso poderia ser evidenciado também no caso de variações que apresentam aumento no valor das exportações e relativa estabilidade no volume de produtos

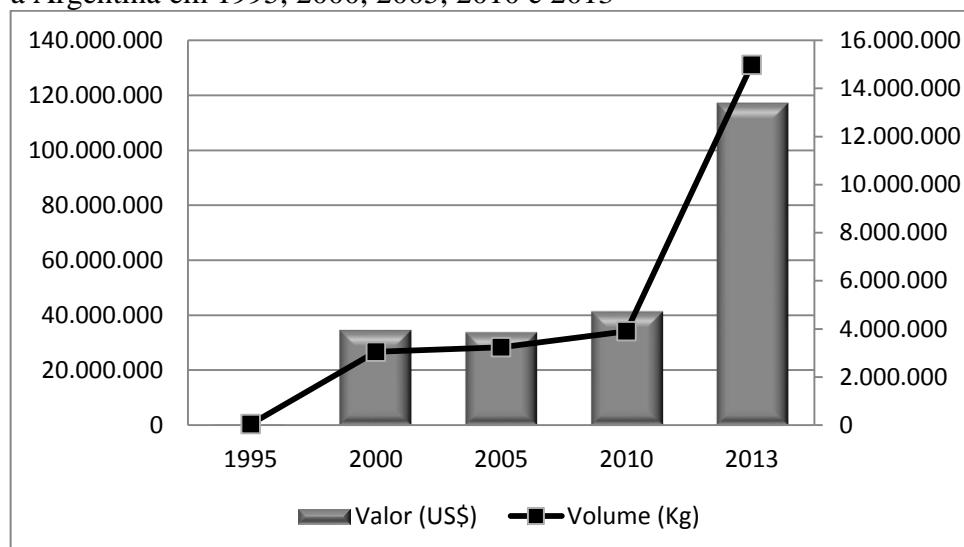
comercializados, o que demonstra que a variedade de produtos comercializados é capaz de competir com preços mais elevados.

De fato, se consideramos a consistência dos dados referentes às exportações argentinas e o valor unitário (VU) das exportações realizadas por sua indústria no comércio com a Alemanha, percebe-se que, em muitos casos, o preço das peças e dos acessórios para veículos automotores da indústria argentina é superior ao preço praticado pela indústria brasileira e até mesmo superior ao preço praticado pela indústria automobilística como um todo, indicando que a trajetória de *upgrading* da indústria argentina pode estar relacionada à qualidade dos produtos produzidos e comercializados por sua indústria.

Na perspectiva de Pickles e Smith (2010), quando o valor das exportações aumenta e o volume das exportações apresenta queda, a indústria pode estar abandonando os produtos com menor valor agregado para investir seus esforços em uma gama de produtos mais limitada e com maior valor agregado. Os dados de comércio internacional não revelam com precisão se essa é ou não a trajetória apresentada pela indústria brasileira no mercado alemão de peças e acessórios para veículos automotores.

De qualquer forma, a indústria brasileira demonstrou ser bastante competitiva no mercado alemão de peças e acessórios para veículos automotores entre 1995 e 2013. Isso ficou evidente tanto na posição ocupada pela indústria no ranking dos principais países exportadores como no preço dos produtos comercializados, sobretudo nos anos de 2005, 2010 e 2013 (tabelas 30, 31 e 32). Além disso, os dados revelam que entre 1995 e 2013 o valor nominal dos produtos exportados pela indústria brasileira no mercado alemão esteve em constante processo de ascensão (Figura 34), outro indicativo de *upgrading* em produtos.

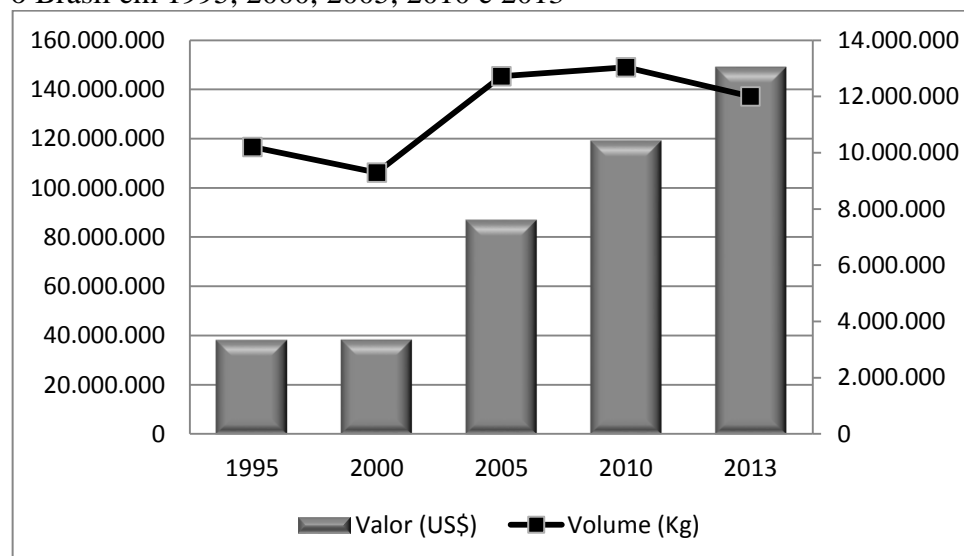
FIGURA 33 - Valor e volume das importações de partes e acessórios para veículos automotores declarados pela Alemanha no comércio bilateral com a Argentina em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

FIGURA 34 - Valor e volume das importações de partes e acessórios para veículos automotores declarados pela Alemanha no comércio bilateral com o Brasil em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

A análise dos dados de 1995 revela que poucos países são fornecedores de peças e acessórios para veículos automotores no mercado chinês, uma dinâmica muito diferente

daquela encontrada nos mercados americano e alemão. Sem dúvida, isso se relaciona muito com a política estatal praticada pelo governo chinês, sobretudo em defesa dos interesses nacionais. Apesar disso, o Brasil conseguiu se inserir no mercado chinês de peças e acessórios para veículos automotores e obteve, em 1995, a quarta posição nesse mercado, que pode ainda ser considerado como relativamente fechado (Tabela 33).

Segundo os dados do UN-COMTRADE, os demais países do MERCOSUL não fizeram parte do grupo de países fornecedores de peças e acessórios para veículos automotores no ano de 1995. Além disso, nos demais períodos aqui analisados, a participação das indústrias do MERCOSUL foi relativamente pequena; a única exceção, conforme fora mencionado, foi o Brasil. Por isso, nesta seção o foco incide principalmente nos fluxos de comércio envolvendo o Brasil e a China.

É notório que a China foi abrindo seus mercados ao longo do tempo, sobretudo devido às imposições feitas pela Organização Mundial do Comércio (OMC). As estatísticas de comércio internacional revelam esse processo de abertura do mercado chinês para os fornecedores estrangeiros. Se em 1995 existiam apenas 46 países fornecedores de peças e acessórios para veículos automotores, em 2005 esse número saltou para 86, e em 2013 atingiu a marca dos 115. O MERCOSUL foi conquistando espaço no mercado chinês, e em 2013 todos os países do bloco já atuavam nesse mercado — a única exceção é o Paraguai.

Com a abertura do mercado chinês e a intensificação do processo de globalização da produção e do comércio na indústria automobilística, o Brasil acabou perdendo competitividade no mercado chinês. Essa trajetória se torna evidente à medida que analisamos a posição da indústria ao longo do tempo e, em alguns casos, o preço dos produtos comercializados pela indústria brasileira em relação aos demais competidores e também em relação ao preço praticado pela indústria de um modo geral (tabelas 35 e 37). Porém, analisar somente a competitividade da indústria entre 1995 e 2013 pode mascarar seu desempenho individual em determinados períodos situados dentro do recorte temporal estabelecido na análise. Por isso, cabe analisar o desempenho das indústrias considerando essas particularidades.

Nesse sentido, entre 1995 e 2000 (tabelas 33 e 34, respectivamente), a indústria brasileira diminuiu sua participação no mercado chinês e viu o valor de suas exportações despencar no subsetor de peças e acessórios para veículos automotores. Contudo, é possível notar que entre 2000 e 2005 (tabelas 34 e 35, respectivamente), por exemplo, a indústria brasileira apresentou um aumento significativo no valor das exportações de peças e acessórios para veículos automotores em direção à China e conquistou uma fatia maior de mercado nessa

categoria de produtos. Aqui, portanto, a trajetória apresentada é contraditória, levando-se em consideração o amplo recorte temporal estabelecido na análise.

TABELA 33 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela China em 1995

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Alemanha	398.589.630	30.374.603	53,3	13,1
2	Japão	158.634.755	47.550.449	21,2	3,3
3	EUA	68.071.603	9.574.229	9,1	7,1
4	Brasil	54.556.912	2.161.351	7,3	25,2
5	Reino Unido	10.883.835	539.750	1,5	20,2
6	França	10.128.238	1.656.566	1,4	6,1
7	Áustria	9.424.702	605.312	1,3	15,6
8	Coreia do Sul	8.952.903	3.514.816	1,2	2,5
Todos os países		748.114.966	111.584.806	100,0	6,7

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações de Paraguai, Argentina, Venezuela e Uruguai.

TABELA 34 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela China em 2000

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Alemanha	778.020.350	...	37,0	...
2	Japão	594.047.062	...	28,2	...
3	Canadá	366.227.471	...	17,4	...
4	EUA	86.687.851	...	4,1	...
5	Outra Ásia, nes*	69.317.492	14.120.596	3,3	4,9
6	França	52.605.517	...	2,5	...
7	Coreia do Sul	44.122.030	...	2,1	...
8	Reino Unido	42.578.594	5.277.107	2,0	8,1
12	Brasil	7.430.034	...	0,4	...
30	Argentina	50.996	13.305	0,002	3,8
53	Venezuela	148	41	0,00001	3,6
Todos os países		2.103.647.317	...	100,0	...

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição; ... dado não disponível.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai e Uruguai.

Nes*. *nes se refere ao termo inglês “*not elsewhere specified*”.

TABELA 35 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela China em 2005

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Japão	2.578.849.063	248.562.753	38,4	10,4
2	Coreia do Sul	1.634.720.931	204.859.512	24,4	8,0
3	Alemanha	1.194.517.107	63.537.085	17,8	18,8
4	França	269.964.120	28.547.712	4,0	9,5
5	EUA	268.747.167	20.331.784	4,0	13,2
6	Outra Ásia, nes*	242.407.342	40.446.085	3,6	6,0
7	Canadá	89.840.038	5.017.146	1,3	17,9
8	México	62.717.576	5.261.588	0,9	11,9
9	Brasil	58.033.476	8.265.457	0,9	7,0
37	Argentina	566.577	116.532	0,01	4,9
62	Venezuela	2.660	235	0,00004	11,3
	Todos os países	6.712.918.205	660.112.641	100,0	10,2

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai e Uruguai.

Nes*. *nes se refere ao termo inglês “*not elsewhere specified*”. “Outra Ásia” se refere a um grupo de países asiáticos que reportam suas exportações de forma distinta dentro do grupo, ou seja, variando muito na forma como fornecem detalhes sobre países ou empresas parceiras, ano de exportação, mercadorias e/ou categoria de produtos exportados.

TABELA 36 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela China em 2010

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Japão	7.757.336.880	505.343.065	43,1	15,4
2	Alemanha	4.859.700.028	335.202.961	27,0	14,5
3	Coreia do Sul	2.264.483.662	299.931.443	12,6	7,6
4	França	601.811.841	37.095.658	3,3	16,2
5	EUA	579.507.119	41.799.731	3,2	13,9
6	Espanha	207.850.896	22.055.636	1,2	9,4
26	Brasil	23.661.362	1.791.263	0,1	13,2
49	Argentina	270.563	5.801	0,002	46,6
61	Venezuela	18.071	953	0,0001	19,0
	Todos os países	17.984.581.055	1.388.408.944	100,0	13,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai e Uruguai.

TABELA 37 - Importações de partes e acessórios para veículos automotores realizadas pela China em 2013

P	País exportador	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Alemanha	8.543.146.517	501.217.992	35,4	17,0
2	Japão	7.252.075.957	469.271.360	30,0	15,5
3	Coreia do Sul	3.362.956.892	387.013.274	13,9	8,7
4	EUA	1.087.686.071	76.512.230	4,5	14,2
5	França	675.154.763	47.373.839	2,8	14,3
6	Itália	433.171.692	26.611.054	1,8	16,3
7	México	298.974.552	17.658.028	1,2	16,9
8	Espanha	262.426.152	25.784.074	1,1	10,2
9	República Checa	244.724.973	16.042.006	1,0	15,3
31	Brasil	24.840.844	1.795.606	0,1	13,8
42	Argentina	2.391.764	287.952	0,01	8,3
64	Venezuela	30.378	1.410	0,0001	21,5
109	Uruguai	185	1	0,000001	185,0
00	Todos os países	24.158.945.914	1.714.357.589	100,0	14,1

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: partes e acessórios para veículos automotores se referem aos produtos listados no código 8708 (HS4) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Não houve dados registrados referentes às exportações do Paraguai.

Antes de dar continuidade ao processo de desagregação das mercadorias para efetuar a última análise a ser considerada neste trabalho, é interessante fazer duas considerações importantes. A primeira se refere à localização geográfica dos parceiros comerciais envolvidos na análise, ou melhor, à distância ou proximidade entre eles; e a segunda, ao processo de globalização, em particular, ao impacto do processo de globalização na indústria e nos preços dos produtos comercializados nos mercados internacionais.

A distância ou proximidade em relação a determinados mercados consumidores é um fator que também interfere na possibilidade de inserção e permanência das indústrias em trajetórias de *upgrading* industrial. Quando se analisa o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL em mercados como o MERCOSUL, o NAFTA, os EUA e até mesmo alguns mercados da Europa, é possível verificar a inserção das indústrias automobilísticas nacionais do MERCOSUL em trajetórias de *upgrading*, conforme se verificou ao longo deste capítulo. Contudo, quando se analisa o desempenho das indústrias em mercados mais distantes, como no caso do mercado chinês, esse desempenho é mais modesto.

No que se refere ao processo de globalização e ao impacto do processo de globalização na indústria, há outra observação importante a ser feita. Durante a intensificação do processo de globalização, a quantidade de países e indústrias que atingiam 1% ou mais de participação nos mercados consumidores foi aumentando gradativamente ao longo do tempo em determinados segmentos ou categorias de produtos, fazendo aumentar também as pressões competitivas na indústria automobilística. Consequentemente, o aumento no número de participantes nos mercados internacionais permitiu que a competição entre eles ficasse mais acirrada também no setor automobilístico.

4.3. As trajetórias de *upgrading* e *downgrading*.

Nesta última seção do capítulo final do trabalho será conduzida uma análise que considera o maior nível de desagregação dos produtos adotado neste trabalho, qual seja, seis dígitos do sistema harmonizado (HS6). O foco da análise incidirá sobre o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL nos principais mercados consumidores de automóveis. Os automóveis, conforme foi visto no primeiro e terceiro capítulos, podem ser subdivididos em quatro categorias diferentes, considerando as diferenças na capacidade de seus motores.

Inicialmente, coube analisar quais são os principais mercados consumidores de automóveis, levando-se em consideração a demanda por esses produtos em cada categoria de automóvel. De acordo com os dados da Tabela 38, Reino Unido, França e Alemanha concentram parcela significativa da demanda por automóveis com motores de capacidade não excedendo 1.0. Isso nos induz a analisar como foi o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL nessa categoria de produtos e nesses mercados consumidores.

Antes disso, porém, há que se fazer uma ressalva. Analisando-se os dados da mesma tabela, percebe-se que o Brasil também está entre os principais mercados consumidores de automóveis com motores de capacidade que não excedem 1.0. Se esse é o caso, como poderíamos analisar o desempenho da indústria brasileira nesses mercados consumidores, sendo que, nessa categoria de produtos, o Brasil também é um mercado consumidor importante?

TABELA 38 - Principais países importadores de automóveis com motores não excedendo 1.0 em 2013

Posição	País	Valor (US\$)	%
1	Reino Unido	1.893.621.191	11,2
2	França	1.548.814.319	9,2
3	Alemanha	1.434.060.664	8,5
4	Bélgica	1.324.030.155	7,8
5	Brasil	1.213.566.695	7,2
6	Qatar	993.661.712	5,9
7	Itália	820.643.751	4,8
8	Holanda	812.819.920	4,8
9	Canadá	511.118.429	3,0
10	Kuwait	434.909.359	2,6
11	EUA	372.835.953	2,2
12	Dinamarca	337.752.491	2,0
13	Japão	297.816.998	1,8
14	Rússia	287.337.664	1,7
15	Suíça	272.871.022	1,6
16	Espanha	256.645.323	1,5
17	Suécia	232.962.435	1,4
18	Arábia Saudita	227.607.327	1,3
19	Polônia	222.978.383	1,3
20	Argélia	217.761.100	1,3
21	Paquistão	206.742.542	1,2
22	Chile	178.727.386	1,1
23	China	175.721.805	1,0
Todos os países		16.922.400.405	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: “Principais países importadores” se refere aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na demanda mundial por automóveis não excedendo 1.0 em 2013.

Automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sem dúvida, isso coloca um ponto de interrogação em análises que fazem uso da perspectiva do *upgrading* industrial, sobretudo no que diz respeito ao método e aos procedimentos metodológicos. Em análises envolvendo a perspectiva do *upgrading* industrial, é certo que devemos considerar a demanda gerada nos grandes centros de consumo da indústria automobilística mundial, mas há que se pensar também na regionalização envolvida no processo de globalização da produção e comércio de automóveis. Voltaremos a esse assunto nas considerações finais.

Analizando-se o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na categoria de automóveis com motores não excedendo 1.0, no mercado britânico percebe-se que somente a indústria brasileira se destaca entre as principais indústrias exportadoras de automóveis no MERCOSUL. O desempenho da indústria brasileira foi bastante modesto ao longo do tempo, embora o preço dos produtos comercializados com os países do Reino Unido estivesse acima do preço praticado pela indústria nos períodos considerados (tabelas 39, 40, 41 e 42).

Portanto, no mercado britânico, pouco se pode afirmar sobre o desempenho das indústrias do MERCOSUL em termos de *upgrading* industrial na categoria de automóveis com motores não excedendo 1.0. As indústrias não chegam a competir nesse mercado consumidor, e as relações de comércio estabelecidas entre o Brasil e o Reino Unido nessa categoria de produtos parecem ocorrer apenas no sentido de satisfazer demandas mais pontuais. O mesmo não se pode dizer sobre a indústria checa.

A indústria checa obteve um desempenho impressionante no mercado britânico, considerando os períodos e a categoria de produtos analisados. Em 1997, a indústria checa sequer figurava entre as principais exportadoras de automóveis com motores não excedendo 1.0 para o mercado britânico (Tabela 39). Em 2001, a indústria já ocupava a 26ª posição, embora a participação no mercado britânico fosse ainda pouco relevante (Tabela 40). A partir de 2005 o desempenho se tornou mais expressivo e a indústria checa alcançou a 2ª posição no mercado britânico, com uma quota de mercado que atingia aproximadamente 15,3% (Tabela 41).

Considerando os dados até aqui analisados, pode-se dizer então que a indústria checa se tornou mais competitiva a partir de 2005. Mas essa competitividade se dava com base em preços que eram praticados, geralmente, em patamares mais baixos se comparados aos demais competidores. Com o desenvolvimento progressivo da rede de fornecedores locais no Centro e Leste Europeus (CLE), e a inserção da indústria nas redes de produção e comércio das grandes montadoras localizadas na UE, a indústria checa aumentou consideravelmente sua quota de

mercado no Reino Unido e, ao longo do tempo, o preço de suas mercadorias ultrapassou o preço médio praticado pelos demais competidores no mercado britânico.

Além disso, após 2005, a indústria checa sempre se manteve na primeira ou segunda posição no mercado de automóveis com motores de capacidade que não excedem 1.0, e o preço dos produtos exportados da República Checa para o Reino Unido sempre se manteve acima do preço médio praticado pela indústria. Os dados da Tabela 42, referentes ao ano de 2011, demonstram esse bom desempenho alcançado pela indústria checa. A quota de mercado atingida foi de 60,6%, e o valor unitário das exportações, de 10,8 — ou seja, superior à média dos preços de todas as indústrias juntas. O exame do desempenho da indústria checa é importante porque revela as possíveis trajetórias dentro das redes globais de produção e comércio, além de ser um exemplo bastante evidente de *upgrading* ao nível da indústria.

TABELA 39 - Importações de automóveis com motores não excedendo 1.0 realizadas pelo Reino Unido em 1997

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Japão	39.513.996	3.994.187	25,2	9,8
2	Polônia	19.970.462	3.371.437	12,7	5,9
3	Espanha	18.494.056	1.763.562	11,8	10,4
4	Alemanha	17.270.168	1.949.687	11,0	8,8
5	EUA	13.604.383	1.178.750	8,7	11,5
6	Hungria	11.612.839	1.314.687	7,4	8,8
7	Itália	10.873.199	985.937	6,9	11,0
8	Índia	9.118.460	1.402.062	5,8	6,5
9	França	8.516.659	923.312	5,4	9,2
10	Malásia	2.926.111	582.375	1,9	5,0
11	Holanda	1.677.913	204.636	1,1	8,2
22	Brasil	23.514	1.312	0,01	17,9
	Mundo	157.017.952	18.038.466	100,0	8,7

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

TABELA 40 - Importações de automóveis com motores não excedendo 1.0 realizadas pelo Reino Unido em 2001

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Japão	237.502.110	32.327.168	25,7	7,3
2	France	186.722.486	24.756.794	20,2	7,5
3	Coreia do Sul	159.359.626	29.414.017	17,3	5,4
4	Espanha	144.459.792	26.911.796	15,7	5,4
5	Bélgica	47.723.402	9.010.433	5,2	5,3
6	EUA	36.025.665	3.964.799	3,9	9,1
7	Itália	32.630.572	4.280.693	3,5	7,6
8	Hungria	21.752.982	3.129.210	2,4	7,0
9	Índia	17.141.997	2.971.978	1,9	5,8
10	Irlanda	14.807.841	1.649.696	1,6	9,0
11	Portugal	9.714.501	1.865.873	1,1	5,2
18	Paraguai	286.007	80.010	0,03	3,6
25	Brasil	12.745	1.771	0,001	7,2
26	República Checa	7.664	50.000	0,001	0,2
	Mundo	922.693.620	142.437.087	100,0	6,5

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

TABELA 41 - Importações de automóveis com motores não excedendo 1.0 realizadas pelo Reino Unido em 2005

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Bélgica	179.705.213	17.168.938	40,6	10,5
2	República Checa	67.547.334	7.602.786	15,3	8,9
3	Japão	56.776.829	5.840.322	12,8	9,7
4	EUA	36.928.347	3.833.652	8,3	9,6
5	Índia	29.638.979	3.959.937	6,7	7,5
6	Coreia do Sul	12.526.945	1.948.096	2,8	6,4
7	China	11.233.151	2.573.306	2,5	4,4
8	Itália	9.046.969	978.418	2,0	9,2
9	Polônia	8.771.045	1.683.920	2,0	5,2
10	Outra Ásia, nes.	8.601.764	855.558	1,9	10,1
11	Bahrain	7.034.035	26.518	1,6	265,3
12	França	5.391.021	213.112	1,2	25,3
21	Brasil	186.054	28.000	0,04	6,6
	Mundo	442.459.738	47.582.130	100,0	9,3

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

TABELA 42 - Importações de automóveis com motores não excedendo 1.0 realizadas pelo Reino Unido em 2011

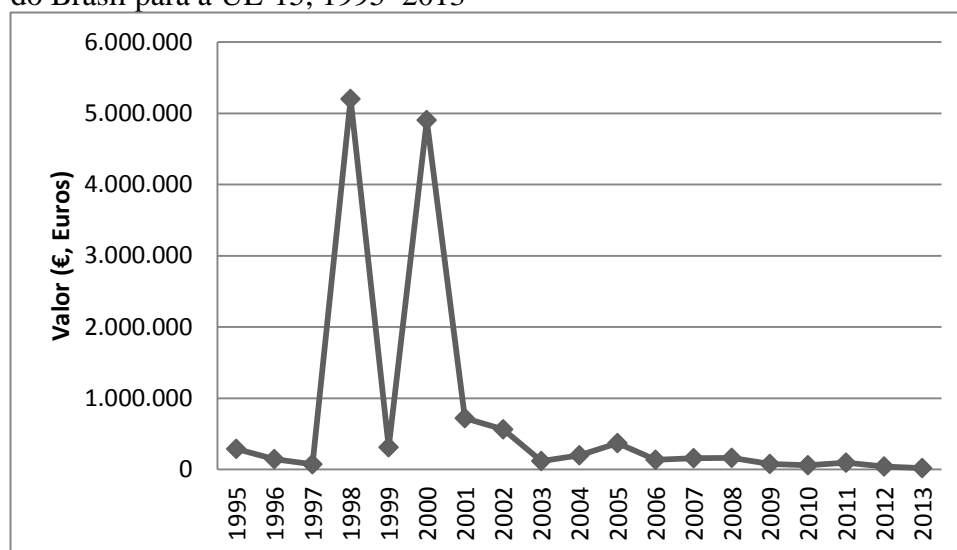
P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	República Checa	392.472.707	36.286.215	60,6	10,8
2	Coreia do Sul	56.947.048	8.332.629	8,8	6,8
3	Índia	56.620.625	6.418.544	8,7	8,8
4	Alemanha	53.160.069	7.003.769	8,2	7,6
5	Bélgica	30.138.360	3.271.526	4,7	9,2
6	França	21.483.129	1.433.407	3,3	15,0
7	Hungria	13.440.491	1.169.256	2,1	11,5
8	Espanha	6.698.457	807.139	1,0	8,3
9	EUA	6.376.637	486.195	1,0	13,1
17	Brasil	81.338	6.000	0,01	13,6
	Mundo	647.976.220	66.382.376	100,0	9,8

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

É importante notar que o desempenho “ruim” obtido pelas indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL no mercado britânico não é um evento isolado. De fato, considerando-se os fluxos de exportação de automóveis com motores de capacidade que não excedem 1.0 no sentido Brasil-UE-15 (Figura 35), nota-se, por exemplo, que o desempenho da indústria brasileira no mercado da UE-15 está muito aquém se comparado ao desempenho obtido pelas indústrias nacionais de países europeus, e pelas indústrias americana e japonesa, conforme vimos nas tabelas até aqui analisadas.

FIGURA 35 - Exportação de automóveis com motores não excedendo 1.0 do Brasil para a UE-15, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do EUROSTAT Comext.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Quando se considera a demanda mundial por automóveis com motores de capacidade acima de 1.0, porém que não excedem 1.5, em 2013, percebe-se que Alemanha e mais uma vez o Reino Unido são os principais destinos das importações realizadas no mundo (Tabela 43). O Brasil e desta vez também a Argentina figuram entre os principais centros consumidores desses produtos nos mercados internacionais, uma vez que suas importações também ultrapassam o limiar mínimo estabelecido para se definir os principais países importadores de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5.

TABELA 43 - Principais países importadores de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, em 2013

Posição	País	Valor (US\$)	%
1	Alemanha	8.394.936.425	11,8
2	Reino Unido	6.536.754.393	9,2
3	EUA	5.083.229.741	7,2
4	Bélgica	4.147.955.239	5,8
5	Itália	3.386.051.726	4,8
6	França	3.359.187.243	4,7
7	Holanda	2.424.120.521	3,4
8	Argélia	2.022.879.929	2,8
9	Japão	1.700.220.768	2,4
10	Argentina	1.504.433.380	2,1
11	Suíça	1.427.458.328	2,0
12	Turquia	1.410.781.432	2,0
13	Austrália	1.410.720.324	2,0
14	Arábia Saudita	1.388.433.374	2,0
15	Canadá	1.351.085.697	1,9
16	África do Sul	1.348.907.508	1,9
17	Brasil	1.346.650.569	1,9
18	Áustria	1.345.719.451	1,9
19	Rússia	1.273.542.887	1,8
20	Espanha	1.252.555.703	1,8
21	México	1.121.124.957	1,6
22	Polônia	1.063.929.347	1,5
23	Suécia	988.339.235	1,4
24	Chile	945.958.953	1,3
25	Israel	900.365.000	1,3
26	China	854.375.900	1,2
27	Indonésia	849.903.209	1,2
28	Dinamarca	787.341.802	1,1
29	Malásia	688.111.324	1,0
Todos os países		70.989.308.416	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

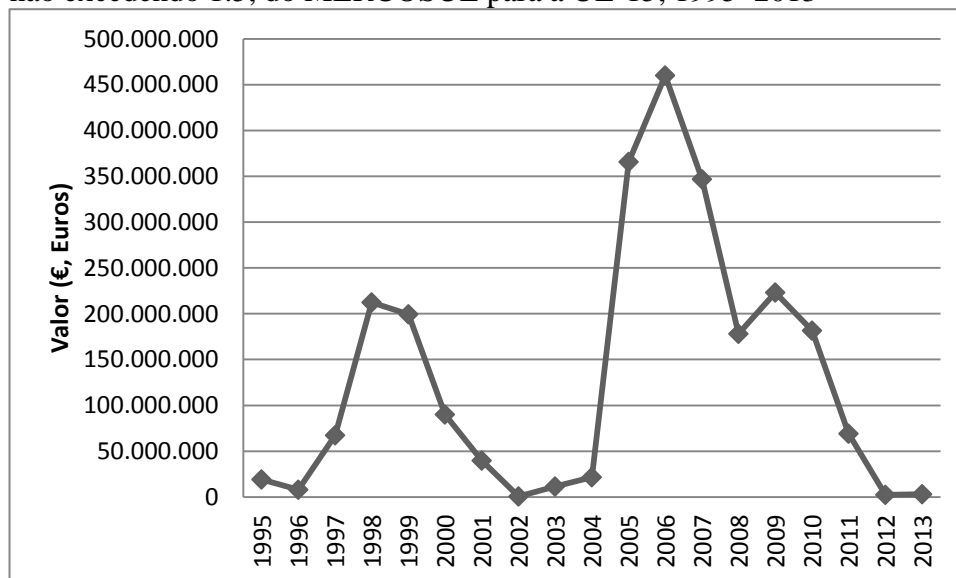
Nota: Principais países importadores se referem aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na demanda mundial por automóveis acima de 1.0, porém não excedendo 1.5 em 2013.

Automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5 referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Por isso, uma análise envolvendo os fluxos de exportação de automóveis com motores acima de 1.0, mas que não excedem 1.5, em direção à Alemanha deve ser considerada. Antes disso, porém, é interessante observar, ainda na Tabela 43, que parcela significativa dos países importadores de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, estão localizados na UE-15. Destaca-se também o dado que, neste mercado consumidor (ou seja, na UE-15), o MERCOSUL estabeleceu relações comerciais que, em alguns momentos, não ultrapassavam a casa dos € 50 milhões e que, em outros momentos, extrapolavam a cifra dos € 450 milhões (Figura 36).

Conforme veremos um pouco mais adiante, esses valores são relativamente baixos se comparados aos montantes comercializados entre os países europeus e a Alemanha. Considerando-se apenas o valor das exportações de automóveis com motores acima de 1.0, mas que não excedem 1.5, da Espanha para a Alemanha, por exemplo, percebemos que esse é um valor que já supera, em qualquer um dos períodos analisados, o valor das exportações realizadas pelo MERCOSUL em direção ao mercado alemão nesta categoria de produtos. De qualquer forma, veremos também que, apesar de relativamente baixo, esse valor é relevante, considerando-se a importância de cada indústria na escala regional ou macrorregional.

FIGURA 36 - Exportação de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, do MERCOSUL para a UE-15, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do EUROSTAT Comext.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Assim, analisando-se os fluxos de automóveis com motores acima de 1.0, que não excedem 1.5, em direção à Alemanha percebe-se que poucos automóveis dessa categoria foram

exportados do MERCOSUL para a Alemanha em 1995, 2000 e 2013, conforme apresentam, respectivamente, as tabelas 44, 45 e 48. Os países e as indústrias localizados na UE são os maiores fornecedores de automóveis no mercado alemão. Isso não é de causar surpresa, já que os países europeus estabelecem relações de complementaridade entre si.

Quando se analisa a relação dos países da UE-15 com outros mercados regionais localizados fora da UE, é possível compreender a importância que cada país ou indústria possui no contexto regional ou macrorregional. Por exemplo, considerando a escala global, o Brasil não é um dos principais exportadores de automóveis com motores de capacidade acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, para o mercado alemão. Contudo, na escala regional ou macrorregional do MERCOSUL, o Brasil é o principal parceiro comercial dos alemães na mesma categoria de produtos.

Apesar disso, o desempenho da indústria brasileira no mercado alemão, considerando apenas a categoria de automóveis com motores de capacidade acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, é ambíguo. Mesmo reconhecendo que a indústria brasileira tenha conseguido aumentar sua participação (quota de mercado) no mercado alemão, considerando as comparações realizadas nos períodos situados entre 2000 e 2005 (tabelas 45 e 46, respectivamente) e entre 2000 e 2010 (tabelas 45 e 47), o valor unitário das exportações do Brasil para a Alemanha está abaixo do valor médio das exportações realizadas por todas as indústrias nos períodos considerados.

Com base nesses dados, é possível admitir que a indústria brasileira se tornou mais competitiva entre os anos de 2000 e 2005, ou entre os anos de 2000 e 2010, mas os preços das exportações não acompanharam o ritmo de crescimento apresentado pela indústria de modo geral. Por outro lado, considerando o desempenho individual da indústria, é evidente que o preço das exportações brasileiras nos períodos considerados aumentou. Portanto, em um contexto de pressões competitivas e de participação das indústrias no processo de globalização, parece que a indústria brasileira obteve uma relativa melhoria, mas que, por sua vez, ficou limitada aos níveis de competitividade.

Na escala regional ou macrorregional, ou, ainda, considerando o desempenho individual das indústrias no mercado alemão, não há como negar, portanto, que existiram avanços, mas estes devem ser minimizados diante dos dados analisados e do amplo contexto global que acabamos de citar. Do contrário, qualquer trajetória de melhoria nas exportações poderia ser traduzida como *upgrading*, ignorando, erroneamente, o papel exercido pelos demais competidores na escala global.

TABELA 44 - Importações de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, realizadas pela Alemanha em 1995

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Espanha	2.011.879.040	163.948.192	28,5	12,3
2	Japão	1.535.507.968	134.901.312	21,8	11,4
3	França	901.288.000	86.368.128	12,8	10,4
4	Itália	744.320.000	61.747.300	10,6	12,1
5	Bélgica-Lux.	714.643.008	57.819.300	10,1	12,4
6	Reino Unido	384.496.992	33.628.300	5,5	11,4
7	Coreia do Sul	368.688.000	43.322.300	5,2	8,5
8	República Checa	165.272.992	20.039.600	2,3	8,2
9	Hungria	82.483.000	7.920.699	1,2	10,4
16	Brasil	5.107.000	622.625	0,1	8,2
	Mundo	7.051.172.864	626.753.728	100,0	11,3

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

TABELA 45 - Importações de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, realizadas pela Alemanha em 2000

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Espanha	943.018.000	111.773.800	20,6	8,4
2	França	919.514.000	123.743.000	20,1	7,4
3	Japão	707.008.000	94.981.800	15,5	7,4
4	Reino Unido	334.000.000	40.736.300	7,3	8,2
5	Eslováquia	324.287.000	31.613.900	7,1	10,3
6	Itália	312.271.000	42.346.400	6,8	7,4
7	República Checa	266.486.000	34.074.600	5,8	7,8
8	Bélgica	234.713.000	27.366.100	5,1	8,6
9	Eslovênia	191.470.000	24.946.800	4,2	7,7
10	Polônia	141.384.000	22.478.200	3,1	6,3
11	Coreia do Sul	99.138.000	18.788.200	2,2	5,3
19	Brasil	902.000	131.700	0,02	6,8
	Mundo	4.566.985.000	585.493.300	100,0	7,8

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

TABELA 46 - Importações de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, realizadas pela Alemanha em 2005

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	França	1.905.868.000	171.243.600	28,9	11,1
2	Espanha	816.773.000	77.968.500	12,4	10,5
3	Japão	509.536.000	45.940.600	7,7	11,1
4	Bélgica	456.937.000	36.874.500	6,9	12,4
5	Eslováquia	446.778.000	29.378.400	6,8	15,2
6	Brasil	443.147.000	59.899.700	6,7	7,4
7	Holanda	337.476.000	28.551.600	5,1	11,8
8	República Checa	334.224.000	34.975.300	5,1	9,6
9	Itália	311.786.000	33.572.200	4,7	9,3
10	Reino Unido	296.001.000	30.158.200	4,5	9,8
11	Coreia do Sul	280.524.000	38.127.600	4,3	7,4
12	Hungria	148.660.000	12.374.500	2,3	12,0
13	Polônia	81.982.000	7.797.900	1,2	10,5
42	Argentina	9.000	2.200	0,0001	4,1
43	Uruguai	6.000	900	0,0001	6,7
	Mundo	6.590.382.000	632.176.600	100,0	10,4

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

TABELA 47 - Importações de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, realizadas pela Alemanha em 2010

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Espanha	1.516.159.815	119.290.800	19,9	12,7
2	República Checa	868.797.179	76.486.000	11,4	11,4
3	África do Sul	712.714.032	43.502.300	9,4	16,4
4	Itália	663.268.912	59.051.100	8,7	11,2
5	França	524.570.586	54.593.400	6,9	9,6
6	México	433.829.562	33.931.100	5,7	12,8
7	Reino Unido	425.037.787	37.103.100	5,6	11,5
8	Hungria	266.765.971	21.272.600	3,5	12,5
9	Brasil	239.646.076	27.458.500	3,2	8,7
10	Polônia	235.507.211	23.795.500	3,1	9,9
11	Japão	226.586.925	16.170.100	3,0	14,0
12	Eslovênia	200.561.365	24.978.000	2,6	8,0
13	Bélgica	196.777.563	16.549.600	2,6	11,9
14	Eslováquia	161.623.713	16.867.400	2,1	9,6
15	Turquia	145.554.479	11.751.300	1,9	12,4
16	China	134.662.801	11.420.900	1,8	11,8
17	Holanda	129.658.803	15.872.500	1,7	8,2
18	Índia	120.518.590	17.004.600	1,6	7,1
19	Romênia	111.460.518	16.705.300	1,5	6,7
20	Coreia Do sul	100.998.094	12.009.000	1,3	8,4
21	Áustria	79.367.096	7.909.700	1,0	10,0
38	Argentina	70.218	4.300	0,001	16,3
	Mundo	7.601.998.166	671.233.100	100,0	11,3

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

TABELA 48 - Importações de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, realizadas pela Alemanha em 2013

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Espanha	2.036.334.446	169.862.136	24,3	12,0
2	República Checa	1.423.105.862	126.806.783	17,0	11,2
3	México	724.697.939	50.881.037	8,6	14,2
4	Polônia	617.801.612	53.318.861	7,4	11,6
5	França	545.862.568	48.617.821	6,5	11,2
6	África do Sul	415.231.259	28.983.383	4,9	14,3
7	Reino Unido	362.617.500	27.284.820	4,3	13,3
8	Itália	246.072.934	21.941.128	2,9	11,2
9	Coreia do Sul	221.692.767	21.445.816	2,6	10,3
10	Romênia	217.904.346	25.887.380	2,6	8,4
11	Bélgica	184.675.225	17.630.339	2,2	10,5
12	Hungria	183.668.630	13.838.143	2,2	13,3
13	Índia	182.746.087	21.975.330	2,2	8,3
14	Eslováquia	180.755.620	17.418.895	2,2	10,4
15	Eslovênia	170.939.426	19.445.354	2,0	8,8
16	Japão	168.696.223	13.118.791	2,0	12,9
17	Turquia	135.266.018	14.060.196	1,6	9,6
40	Argentina	79.943	2.332	0,001	34,3
41	Brasil	60.869	6.820	0,001	8,9
44	Uruguai	59.812	1.740	0,001	34,4
47	Paraguai	39.561	2.210	0,0005	17,9
	Mundo	8.394.936.425	728.698.093	100,0	11,5

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

Se persistirmos na análise adotando essa perspectiva de olhar para fora do MERCOSUL e, sobretudo, da América Latina, iremos mais uma vez constatar que o MERCOSUL não necessariamente obteve desempenhos espetaculares nos mercados internacionais. É possível, e até mesmo provável, conforme fora analisado anteriormente no caso dos produtos automotivos e das peças e acessórios para veículos automotores, que isso possa ocorrer em determinadas categorias de produtos e mercados consumidores. Mas o

argumento que se busca ressaltar agora, novamente, é o de que quanto mais se analisam as relações no âmbito global, mais se tornam evidentes e relevantes as relações no âmbito regional.

Tendo como base a análise da demanda por automóveis com motores acima de 1.5, mas que não excedem 3.0, é possível compreender, mais uma vez, que os países do MERCOSUL figuram entre os principais mercados consumidores dessa categoria de automóveis. Conforme mostram os dados da Tabela 49, os EUA concentram a demanda por automóveis com motores acima de 1.5, mas que não excedem 3.0. O mercado de importação nessa categoria de produtos é enorme, e tanto Brasil como Argentina contribuem para que as importações cheguem a atingir valores que ultrapassam a casa dos US\$ 250 bilhões.

TABELA 49 - Principais países importadores de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, em 2013

Posição	País	Valor (US\$)	%
1	EUA	82.662.403.299	32,3
2	China	36.289.111.236	14,2
3	Canadá	13.344.426.900	5,2
4	Rússia	8.804.017.637	3,4
5	Austrália	8.694.599.747	3,4
6	Alemanha	8.494.871.269	3,3
7	Arábia Saudita	7.333.136.441	2,9
8	Bélgica	5.926.260.642	2,3
9	Brasil	5.502.311.533	2,1
10	Japão	5.392.079.048	2,1
11	Argentina	5.068.932.985	2,0
12	Reino Unido	4.948.014.530	1,9
13	México	4.687.941.866	1,8
14	Holanda	3.280.855.221	1,3
15	França	3.198.905.701	1,2
16	Suíça	2.553.477.804	1,0
Todos os países		256.206.602.913	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: Principais países importadores se referem aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na demanda mundial por automóveis acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, em 2013.

Automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Apesar de terem participação relativa bastante pequena no mercado americano ao longo dos períodos analisados (1995, 1999, 2005, 2010 e 2013), o desempenho das indústrias brasileira e argentina na categoria de automóveis com motores acima de 1.5, porém menores que 3.0, foi positivo em alguns períodos. Por exemplo, considerando essa mesma categoria, a quantidade de automóveis exportada do Brasil para os EUA em 1995 (Tabela 50) foi igual à quantidade exportada em 1999 (Tabela 51). O único detalhe consiste em observar que tanto valores nominais como valores unitários são maiores em 1999, e que a quota de mercado aumentou ligeiramente no período considerado.

Entre 1999 e 2005 (tabelas 51 e 52), é possível notar também que a participação relativa das indústrias do MERCOSUL no mercado americano aumentou, e que, ao longo de todo o período analisado, o preço das exportações dos produtos brasileiros e argentinos se manteve no mesmo patamar que o preço médio praticado na indústria e, em alguns casos, até os superou. Obviamente, a magnitude das transações envolvendo Brasil e Argentina com os EUA não pode ser comparável às transações realizadas entre os EUA e o NAFTA, ou entre os EUA e alguns países europeus. Mas é exatamente aqui que se torna possível reelaborar toda uma análise em torno da perspectiva do *upgrading* industrial, sobretudo considerando as escalas de análise e os países e indústrias inseridas em diferentes contextos regionais.

TABELA 50 - Importações de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, realizadas pelos EUA em 1995

P	País	Valor (US\$)	Unidades*	%	VU
1	Japão	17.636.370.432	1.024.982	53,8	17.206,5
2	México	5.150.108.160	431.223	15,7	11.943,0
3	Alemanha	3.451.826.688	135.478	10,5	25.478,9
4	Canadá	2.883.368.704	230.295	8,8	12.520,3
5	Suécia	1.801.819.776	82.585	5,5	21.817,8
6	Coreia do Sul	1.143.457.408	131.714	3,5	8.681,4
7	Bélgica-Luxemburgo	697.182.528	30.849	2,1	22.599,8
11	Brasil	1.049.775	42	0,003	24.994,6
12	Venezuela	278.186	16	0,001	17.386,6
	Mundo	32.803.231.744	2.068.796	100,0	15.856,2

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

*Devido à ausência da variável volume (Kg) entre 1995 e 1999, foi necessário trabalhar com quantidades (unidades), e não com quilogramas, conforme se fez anteriormente nesta análise.

TABELA 51 - Importações de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, realizadas pelos EUA em 1999

P	País	Valor (US\$)	Unidades*	%	VU
1	Japão	20.102.617.293	1.153.759	41,3	17423,58
2	Alemanha	7.528.353.705	312.730	15,5	24073,01
3	México	7.032.271.791	512.394	14,4	13724,34
4	Canadá	6.745.305.345	515.801	13,9	13077,34
5	Coreia do Sul	2.728.044.550	324.152	5,6	8415,942
6	Suécia	2.117.550.498	83.278	4,3	25427,49
7	Bélgica	1.308.766.852	58.636	2,7	22320,19
14	Brasil	2.275.060	42	0,005	54168,1
22	Argentina	63.916	3	0,0001	21305,33
	World	48.691.593.000	3.004.671	100,0	16205,3

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

*Devido à ausência da variável volume (Kg) entre 1995 e 1999, foi necessário trabalhar com quantidades (unidades), e não com quilogramas, conforme se fez anteriormente nesta análise.

TABELA 52 - Importações de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, realizadas pelos EUA em 2005

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Japão	12.467.923.150	1.223.281.992	27,3	10,2
2	Alemanha	8.367.153.528	820.937.706	18,3	10,2
3	México	7.238.175.940	710.168.821	15,9	10,2
4	Coreia do Sul	6.129.881.136	601.429.213	13,4	10,2
5	Canadá	4.931.236.939	483.825.034	10,8	10,2
6	Reino Unido	2.440.708.904	239.468.532	5,3	10,2
7	Suécia	1.981.528.755	194.416.377	4,3	10,2
8	Bélgica	1.253.914.442	123.026.982	2,7	10,2
10	Brasil	197.418.327	19.369.568	0,4	10,2
25	Argentina	160.269	15.725	0,0004	10,2
	World	45.635.988.117	4.477.544.638	100,0	10,2

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado: P = posição.

TABELA 53 - Importações de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, realizadas pelos EUA em 2010

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Japão	16.493.705.877	1.466.687.137	29,1	11,2
2	México	12.119.574.054	1.077.721.617	21,4	11,2
3	Canadá	10.919.160.214	970.975.956	19,3	11,2
4	Alemanha	7.665.787.223	681.672.851	13,5	11,2
5	Coreia do Sul	5.362.392.436	476.845.656	9,5	11,2
6	África do Sul	1.480.026.155	131.609.921	2,6	11,2
7	Reino Unido	862.002.947	76.652.794	1,5	11,2
18	Brasil	1.092.858	97.181	0,002	11,2
31	Argentina	9.000	800	0,00002	11,3
	Mundo	56.606.501.284	5.033.679.386	100,0	11,2

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

TABELA 54 - Importações de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, realizadas pelos EUA em 2013

P	País	Valor (US\$)	Volume (Kg)	%	VU
1	Japão	22.096.962.948	1.950.281.176	26,7	11,3
2	Canadá	17.679.391.744	1.560.385.696	21,4	11,3
3	México	15.332.239.017	1.353.225.654	18,5	11,3
4	Alemanha	11.805.845.035	1.041.985.606	14,3	11,3
5	Coreia do Sul	8.577.952.071	757.091.302	10,4	11,3
6	Reino Unido	2.482.018.999	219.063.359	3,0	11,3
7	África do Sul	2.150.011.797	189.760.355	2,6	11,3
8	Bélgica	895.471.965	79.034.486	1,1	11,3
18	Brasil	915.705	80.820	0,001	11,3
28	Argentina	31.202	2.754	0,00004	11,3
38	Venezuela	10.500	927	0,00001	11,3
	Mundo	82.662.403.299	7.295.795.783	100,0	11,3

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

P = posição.

Vamos considerar agora a análise da categoria de automóveis com motores acima de 3.0, que são automóveis com motores mais potentes e com maior valor agregado. Assim como ocorreu com as importações mundiais de automóveis com motores acima de 1.5, porém menores que 3.0, a demanda por automóveis acima de 3.0 está concentrada nos EUA (Tabela 55).

Mais da metade das importações mundiais nesta categoria de produtos são realizadas pelos americanos. Canadá e China também puxam a demanda por automóveis com motores acima de 3.0. Da mesma forma, alguns países da península arábica aparecem como mercados consumidores importantes e, no MERCOSUL, Brasil e Argentina concentram a demanda por automóveis com motores acima de 3.0.

TABELA 55 - Principais países importadores de automóveis com motores acima de 3.0 em 2013

Posição	País	Valor (US\$)	%
1	EUA	61.996.684.092	51,9
2	Canadá	9.116.787.180	7,6
3	China	7.668.363.109	6,4
4	Arábia Saudita	7.133.564.865	6,0
5	Rússia	2.687.465.121	2,3
6	México	2.409.102.113	2,0
7	Omã	2.402.656.187	2,0
8	Japão	2.325.321.904	1,9
9	Austrália	2.256.103.639	1,9
10	Kuwait	2.195.397.869	1,8
11	Alemanha	1.591.700.687	1,3
12	Reino Unido	1.300.776.114	1,1
13	Suíça	1.241.475.309	1,0
23	Brasil	482.821.872	0,4
39	Argentina	165.123.875	0,1
80	Paraguai	25.404.989	0,02
81	Venezuela	22.982.414	0,02
100	Uruguai	10.624.338	0,01
Todos os países		119.429.130.800	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: Principais países importadores se referem aos países que atingiram o índice mínimo de 1% (ou mais) de participação na demanda mundial por automóveis acima de 3.0 em 2013.

Automóveis com motores acima de 3.0 se referem aos produtos listados no código 870324 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Quando se considera a análise do desempenho das exportações de uma indústria no mundo, ou seja, uma análise cujo foco não incide apenas sobre o desempenho das indústrias no principal mercado consumidor, é possível ter uma visão um pouco mais abrangente acerca da atuação das indústrias em todos os mercados internacionais em que elas comercializam seus produtos.

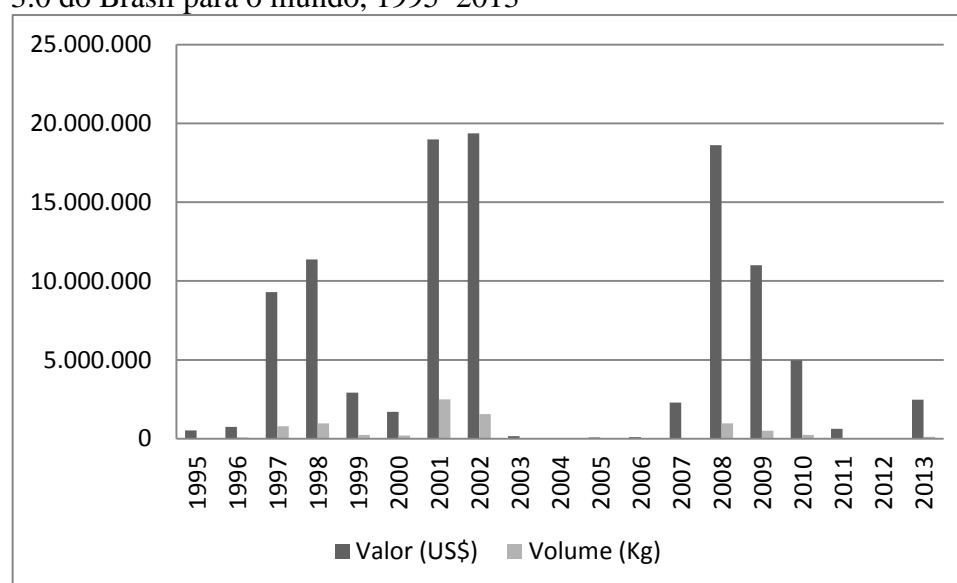
Analisando, portanto, o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais consideradas mais representativas do MERCOSUL — quais sejam, Brasil e Argentina —,

percebe-se que o desempenho dessas indústrias na categoria de automóveis com motores acima de 3.0 não é significativo (figuras 37 e 38). Isso coloca mais um questionamento acerca da capacidade das indústrias de se inserirem em trajetórias de *upgrading* industrial. Em que medida os países e indústrias do MERCOSUL aumentaram a capacidade de se moverem para atividades com maior valor nas redes globais de produção e, deste modo, inseriram-se em trajetórias de *upgrading*?

No que diz respeito ao desempenho das indústrias do MERCOSUL na categoria de automóveis com motores acima de 3.0, é evidente que as indústrias ainda não participam ativamente do comércio internacional desses produtos. Todavia, isso não descarta a hipótese de que a indústria possa estar produzindo e desenvolvendo produtos nessa categoria de automóveis para abastecer seus respectivos mercados nacionais.

De qualquer forma, é também nessa categoria de automóveis que se torna mais clara a atuação das grandes montadoras do setor automobilístico, seja para limitar ou para estimular a difusão das inovações, da transferência de tecnologia, capital, *know-how* etc. É exatamente aqui que surge a possibilidade de se argumentar que existem barreiras muito difíceis de serem superadas pelas indústrias, pois há muito que se barganhar com o interesse privado no sentido de romper com a proteção de nichos de mercado em determinados segmentos da indústria, tais como nos automóveis com motores acima de 3.0.

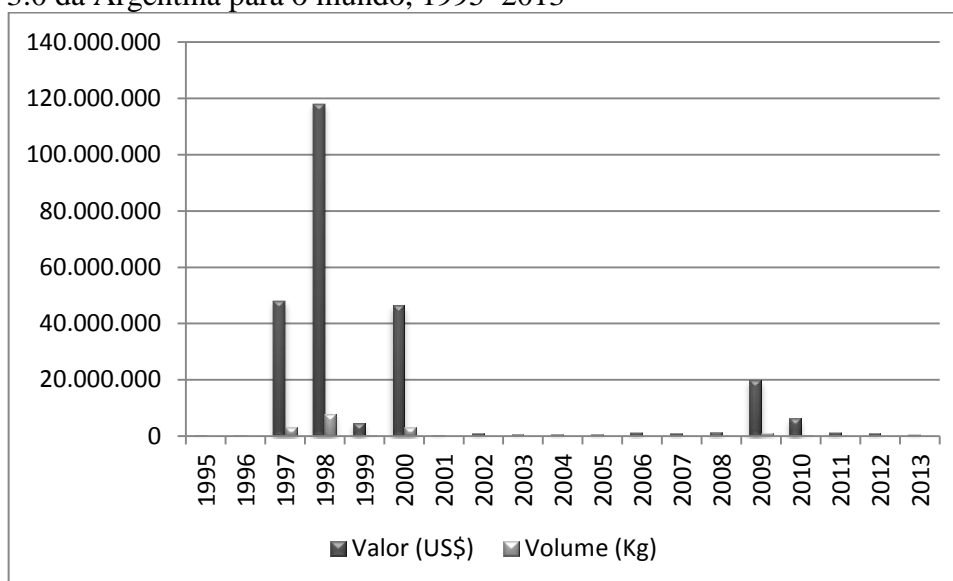
FIGURA 37 - Fluxos de exportação de automóveis com motores acima de 3.0 do Brasil para o mundo, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 3.0 referem-se aos produtos listados no código 870324 (HS6) do Sistema Harmonizado.

FIGURA 38 - Fluxos de exportação de automóveis com motores acima de 3.0 da Argentina para o mundo, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 3.0 referem-se aos produtos listados no código 870324 (HS6) do Sistema Harmonizado.

De acordo com aquilo que já foi visto nesta seção, é possível afirmar que, dentro do recorte temporal estabelecido para a análise, houve momentos em que o desempenho das indústrias do MERCOSUL nos principais mercados consumidores de automóveis foi negativo, e momentos em que esse desempenho foi positivo. Obviamente, o desempenho positivo não necessariamente ocorreu em todas as categorias de automóveis nem ao longo de todo o período analisado.

O desempenho negativo ficou evidente analisando-se os fluxos de exportação do MERCOSUL em direção ao Reino Unido, na categoria de automóveis 870321, e também na categoria de automóveis 870324, quando se considerou o desempenho das indústrias brasileira e argentina no mundo. Quando se considerou o desempenho das indústrias do MERCOSUL na categoria de automóveis com motores acima de 1.0, porém menores ou equivalentes a 1.5 no mercado alemão, a trajetória foi ambígua. Já na categoria de automóveis com motores acima de 1.5, porém menores ou equivalentes a 3.0, o desempenho foi positivo em alguns momentos, embora a participação das indústrias do MERCOSUL no mercado americano tenha sido relativamente pequena.

Contudo, talvez seja um raciocínio um pouco limitado considerar o desempenho das indústrias apenas em mercados consumidores localizados dentro da UE-15 ou ainda no NAFTA, principalmente se considerarmos a demanda por produtos da indústria automobilística e a atuação das montadoras nos mercados internacionais. Há que se considerar, ainda, a

demanda no âmbito regional ou macrorregional. Isso se deve ao fato de que a rede “global” de produção de automóveis e produtos automotivos, por mais óbvio que possa parecer, é mais “regional” ou “macrorregional” do que propriamente dita “global”.

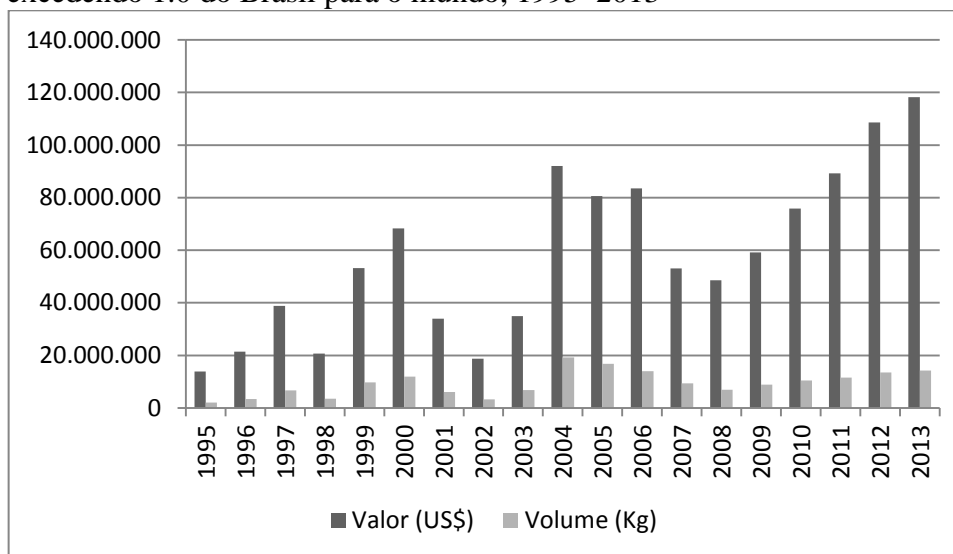
A distância ou, melhor dizendo, a superação do impacto da distância, não é uma tarefa trivial e geralmente os custos envolvidos nesse processo são muito elevados, ainda que os sistemas de comunicação e transporte tenham evoluído consideravelmente nas últimas décadas. Da mesma forma, sob o ponto de vista dos territórios nacionais, os países e também as empresas evitam pagar por fretes e demais custos alfandegários ou de transporte extremamente caros para obterem produtos que podem ser encontrados em mercados localizados em regiões mais próximas.

Por esse e outros motivos, as montadoras atuam regionalmente, pois não são capazes de suprir a demanda por produtos automotivos em todos os mercados consumidores fazendo uso de uma única unidade industrial situada em uma única localidade. Daí o porquê da necessidade de se considerar o desempenho de uma indústria também na escala macrorregional, ou seja, nos mercados regionais, pois é exatamente aí que as indústrias nacionais tendem a atuar com maior intensidade.

Para responder a essa questão, vamos examinar os fluxos de exportação originados das indústrias brasileira e argentina. As exportações realizadas pelas indústrias automobilísticas do Brasil e da Argentina representam quase a totalidade das exportações realizadas pelo MERCOSUL no que concerne ao setor automobilístico. Por isso, torna-se necessário examinar a importância que o MERCOSUL tem para as indústrias automobilísticas nacionais localizadas dentro do bloco e o desempenho das exportações realizadas por essas indústrias no mundo.

As figuras 39 e 40 mostram, respectivamente, o desempenho das indústrias brasileira e argentina em todos os mercados internacionais para os quais essas indústrias exportam automóveis com motores que não excedem 1.0. Tanto para o caso da indústria brasileira quanto para o caso da indústria argentina, os fluxos de exportação se intensificaram entre 1995 e 2013. A indústria argentina parece ter participação maior no comércio internacional dessa categoria de automóveis, porém, ambas as indústrias conseguiram ampliar o volume e o valor das exportações nessa categoria de produtos, o que sugere que suas indústrias experimentam um *upgrading* em produtos.

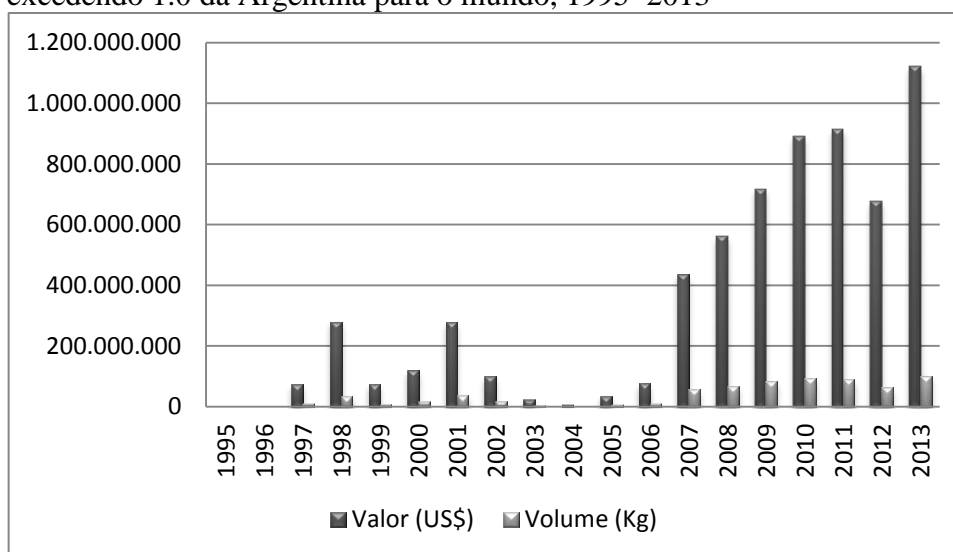
FIGURA 39 - Fluxos de exportação de automóveis com motores não excedendo 1.0 do Brasil para o mundo, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

FIGURA 40 - Fluxos de exportação de automóveis com motores não excedendo 1.0 da Argentina para o mundo, 1995–2013



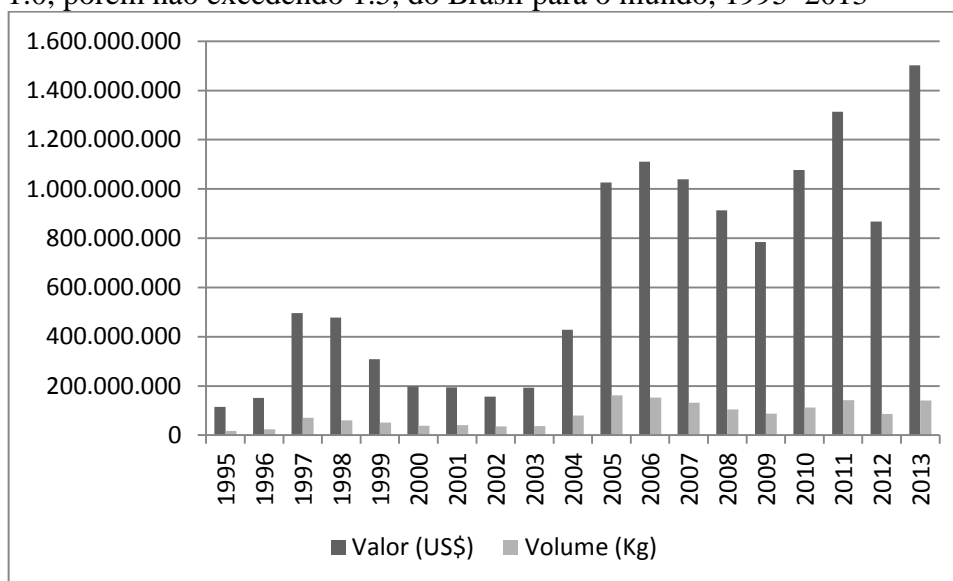
Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Quando se considera o desempenho das indústrias no mercado de exportação de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, novamente se observa que as indústrias se inseriram em uma trajetória de *upgrading*. Contudo, o bom desempenho parece estar limitado ao período compreendido entre 2004 e 2013 (Figura 41), para o caso brasileiro, e entre 2008 e 2013, para o caso argentino (Figura 42).

É interessante notar que a crise econômica mundial, ocorrida entre 2007 e 2009, pode ter afetado o desempenho das indústrias no período considerado. As estatísticas mostram que nesse período há uma ruptura no bom desempenho das exportações apresentado pelas indústrias do MERCOSUL, o que se reflete geralmente como trajetória de *downgrading*.

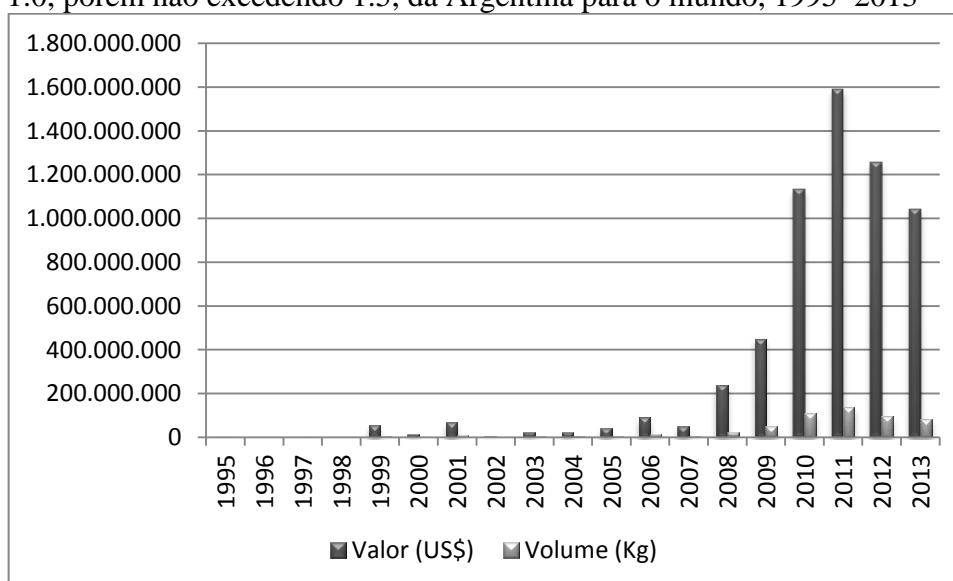
FIGURA 41 - Fluxos de exportação de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, do Brasil para o mundo, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

FIGURA 42 - Fluxos de exportação de automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, da Argentina para o mundo, 1995–2013



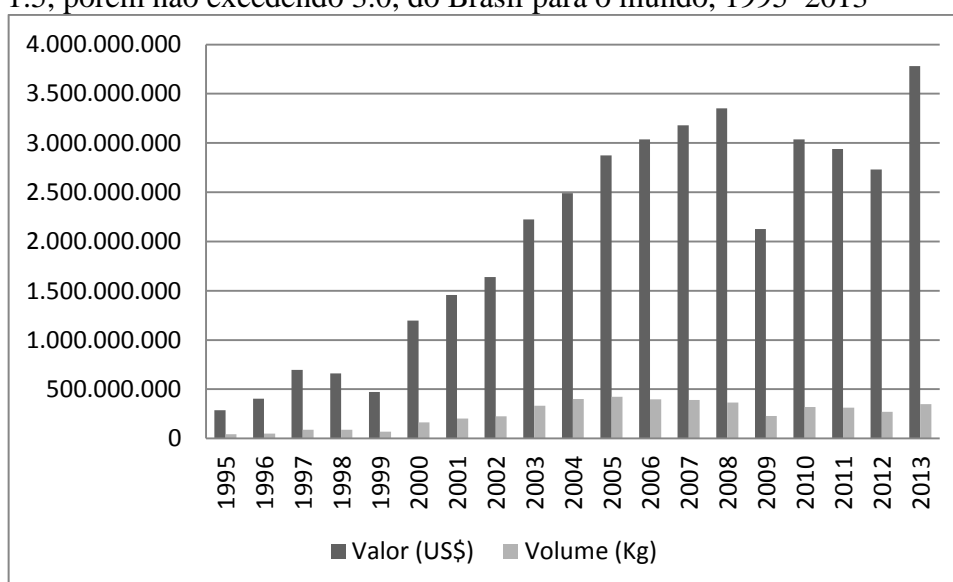
Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.0, porém não excedendo 1.5, referem-se aos produtos listados no código 870322 (HS6) do Sistema Harmonizado.

As exportações de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, do Brasil e da Argentina para os mercados internacionais também aumentaram ao longo do tempo (figuras 43 e 44). Obviamente, ressalta-se que existe a possibilidade de periodizarmos o desempenho obtido pelas indústrias, mostrando, conforme cada caso, uma trajetória de *upgrading* e outra de *downgrading*.

Para a situação de *downgrading*, por exemplo, é possível mencionar as variações no desempenho da indústria brasileira entre 1997 e 1999, e, mais acentuadamente, entre 2008 e 2009 (Figura 43). De qualquer forma, os dados mostram que a trajetória de *upgrading* prevalece ao longo de todo o período analisado, considerando o desempenho de ambas as indústrias na categoria de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0.

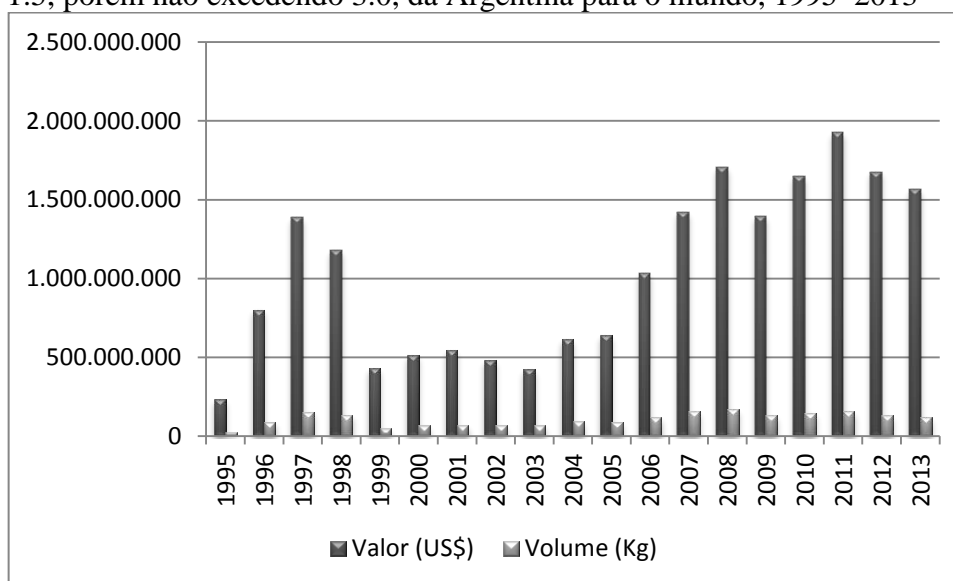
FIGURA 43 - Fluxos de exportação de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, do Brasil para o mundo, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

FIGURA 44 - Fluxos de exportação de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, da Argentina para o mundo, 1995–2013



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Se voltarmos nosso olhar, em particular, para dentro da escala macrorregional ou, ainda, as proximidades, também constatamos algumas particularidades que precisam ser levadas em consideração quando refletimos sobre o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL nos mercados de exportação e, simultaneamente, sobre a inserção das indústrias em trajetórias de *upgrading* ou *downgrading*. Nesse contexto, é necessário recordar que o MERCOSUL é o principal destino das exportações brasileiras, considerando o setor automobilístico, e que essa não é uma simples informação na perspectiva do *upgrading* industrial. Tome-se como exemplo a análise das exportações brasileiras na categoria de automóveis com motores não excedendo 1.0 (Tabela 56).

TABELA 56 - Destino e percentual (%) das exportações de automóveis com motores não excedendo 1.0 realizadas pelo Brasil em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013

Destino	1995 (%)	2000 (%)	2005 (%)	2010 (%)	2013 (%)
MERCOSUL	56,0	69,3	63,4	96,0	99,5
UE	0,9	21,2	3,5	0,1	0,2
NAFTA	0,1	0,1	0,02	0,02	0,2
Ásia	...	0,05	...	0,1	0,1
Demais países	43,0	9,3	33,1	3,9	...
Mundo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valor (US\$) milhões	13.8	68.2	80.5	75.7	118.1

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores não excedendo 1.0 se referem aos produtos listados no código 870321 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

... Dado não disponível.

A relevância das relações estabelecidas entre Brasil e MERCOSUL é tão evidente que as relações entre Brasil e outros blocos econômicos chega a ser, em alguns casos, quase insignificante. Isso não quer dizer que as relações comerciais com os outros blocos econômicos não importam para o Brasil — sem dúvida elas têm importância. Mas, antes de qualquer coisa, isso quer dizer que o peso das relações na escala intra- e macrorregional também deve ser avaliado, considerando-se as particularidades de cada indústria em determinadas categorias de produtos.

Analisando-se as transações comerciais estabelecidas pela Argentina, particularmente as exportações de todas as categorias de automóveis aqui analisadas, observa-se que o Brasil é o principal destino das exportações argentinas nessas categorias de produtos. Isso não necessariamente causa grande surpresa, já que constatamos que a Argentina também é o principal mercado consumidor dos produtos automotivos brasileiros. Mas o que é interessante notar nessa dinâmica é que os dados mostram, mais uma vez, a importância de se tratar do desempenho das indústrias também no âmbito macrorregional.

Tendo como referência a categoria de automóveis 870323 (Tabela 57), percebe-se que os fluxos de exportação da Argentina para a UE e da Argentina para o NAFTA são muito menos expressivos se comparados aos fluxos destinados a abastecer os demais parceiros da Argentina no MERCOSUL. Da mesma forma, é também correto afirmar que o desempenho da indústria Argentina em mercados como os EUA e a Alemanha nesta categoria de produtos pode ser negativo, indicando *downgrading* neste segmento. Mas, neste caso, estaríamos novamente olhando para apenas um lado da moeda, qual seja, ver a relação no sentido periferia-centro,

ignorando a relevância das transações comerciais na escala macrorregional e, consequentemente, dentro do MERCOSUL.

TABELA 57 - Destino e percentual (%) das exportações de automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, realizadas pela Argentina em 1995, 2000, 2005, 2010 e 2013

Destino	1995 (%)	2000 (%)	2005 (%)	2010 (%)	2013 (%)
MERCOSUL	96,9	88,2	42,5	97,0	96,1
UE	0,08	0,1	0,2	0,4	0,18
NAFTA	0,02	9,0	40,3	0,8	0,02
Ásia	...	0,1	0,1	0,1	...
Demais países	3,0	2,6	16,9	1,7	3,7
Mundo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valor (US\$) bilhões	0,231	0,511	0,637	1.648	1.563

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do UN-COMTRADE.

Nota: automóveis com motores acima de 1.5, porém não excedendo 3.0, referem-se aos produtos listados no código 870323 (HS6) do Sistema Harmonizado.

Sinal convencional utilizado:

... Dado não disponível.

Nesse sentido, poderíamos resgatar alguns dados que discutimos anteriormente para avaliar a importância da demanda mundial por automóveis com motores não excedendo 1.0 e as implicações disso para os países do MERCOSUL dentro da perspectiva do *upgrading* industrial. Considerando os dados da Tabela 38, nota-se que o Brasil ocupa a quinta posição entre os principais centros consumidores desses produtos na escala mundial. Isso, por sua vez, gera sérios questionamentos ao consideramos as teorias e o método relacionados à perspectiva do *upgrading* industrial.

Seria possível imaginar, por exemplo, que Brasil, Alemanha etc. compõem o centro de gravidade da indústria automobilística mundial nesta categoria de produtos? Isso significa dizer então que a periferia virou centro e que, ao menos nesta categoria de produtos, *upgrading* pode ser mensurado considerando o desempenho das indústrias no mercado brasileiro?

É possível compreender, portanto, que essas são apenas algumas das questões que podem emergir na análise dos fluxos de comércio no sentido “periferia-centro”, “periferia-periferia” ou ainda centro-periferia (por exemplo, se consideramos as exportações de automóveis provenientes de países desenvolvidos e que abastecem os mercados no MERCOSUL). Sem dúvida, tais reflexões podem impactar também a maneira como podemos repensar as teorias e o método em análises de *upgrading* industrial.

Outras questões importantes se referem ao nível de desagregação dos produtos, ao recorte temporal estabelecido na análise, e ao desempenho das indústrias em determinados mercados consumidores. Em seguida, nas considerações finais, essas e outras questões serão brevemente tratadas, algumas considerações envolvendo a hipótese estabelecida neste trabalho serão feitas, e outras reflexões e questionamentos serão apresentados com o objetivo de servir como ponto de partida para pesquisas que venham a se dedicar, futuramente, à análise das questões e/ou perspectivas aqui tratadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vimos neste trabalho que o MERCOSUL é o principal mercado consumidor dos produtos automotivos brasileiros. Isso levanta algumas questões importantes de ordem teórica, metodológica e empírica na perspectiva do *upgrading* industrial. Ao que parece, se optarmos por voltar o olhar para dentro do MERCOSUL (ou até mesmo para dentro da América Latina), e a escala escolhida for a escala macrorregional, então poderíamos afirmar que as indústrias do MERCOSUL se inseriram e permaneceram em uma trajetória de *upgrading* em várias categorias de produtos, tais como os produtos automotivos, as peças e os acessórios para veículos automotores e os automóveis.

Contudo, se essa alternativa fosse adotada, poderíamos estar limitando a análise na medida em que examinamos apenas os fluxos de produtos comercializados na macrorregião e que não necessariamente são os produtos mais competitivos, com maior valor agregado, modernos, atraentes e de qualidade. Já ao optarmos pela escolha da análise dos fluxos na escala global e, conseqüentemente, dos fluxos demandados pelos grandes centros de consumo de produtos automotivos na economia mundial (como EUA, Alemanha, China etc.), estaríamos ampliando nossa compreensão acerca das trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* na indústria. Mas, nesse caso, não estaríamos também realizando uma análise clássica do modelo centro-periferia?

Apesar de chegarmos a algumas constatações importantes acerca da hipótese estabelecida neste trabalho, a análise ainda nos deixa com várias outras questões em mente e apresenta algumas nuances e particularidades que devem ser consideradas. Por exemplo: teórica, metodológica e empiricamente seria essa a única alternativa para conduzirmos análises na perspectiva do *upgrading* industrial? O foco das análises deve incidir sobre a escala global ou sobre a escala macrorregional? É possível fazer uso de uma análise que considera uma combinação ou sobreposição entre as escalas envolvidas? Sem dúvida, a direção e a escala de análise dos fluxos também interferem na maneira como podemos compreender a inserção das indústrias em redes globais de produção e suas respectivas trajetórias de *upgrading* ou *downgrading*.

Ao adotar esse ponto de vista, talvez seja possível pensar em uma abordagem um pouco menos rígida dentro da perspectiva do *upgrading* industrial, haja vista que as abordagens atuais dentro tendem a se concentrar em clássicos estudos ou análises que ainda sofrem a influência do modelo centro-periferia, no qual o desempenho das indústrias é analisado a partir dos fluxos que são demandados por países chamados “desenvolvidos” e que geralmente estão

localizados no hemisfério norte. De tal modo, o trabalho busca enfatizar sua contribuição no sentido de destacar e demonstrar a relevância da escala regional ou macrorregional em análises que utilizam a perspectiva do *upgrading* industrial.

De acordo com as variáveis aqui analisadas, foi possível identificar vários momentos nos quais as indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL se inseriram e permaneceram em trajetórias de *upgrading* industrial — por exemplo, quando se analisaram os fluxos de exportação de produtos automotivos do MERCOSUL em direção à UE-15 e ao NAFTA.

Novamente, quando se procedeu à desagregação dos produtos e a análise incidiu sobre as peças e os acessórios para veículos automotores, foi possível identificar que as indústrias brasileira e argentina melhoraram significativamente seus desempenhos no mercado americano, principalmente entre 1995 e 2005. Assim, é possível afirmar que, embora o desempenho das indústrias do MERCOSUL tenha sido positivo, ele também foi bastante desigual entre as indústrias dentro do bloco.

Do mesmo modo, quando se considerou o nível de desagregação dos produtos aos quatro dígitos do sistema harmonizado (8708) e se analisaram os fluxos de exportação de peças e acessórios para veículos automotores em direção à Alemanha (segundo maior mercado consumidor de produtos automotivos do mundo em 2013), observou-se que o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL também foi relevante, embora muito desigual. Os destaques foram, mais uma vez, as indústrias brasileira e argentina, que experimentaram sucessivas trajetórias de *upgrading* no subsetor de peças e acessórios para veículos automotores.

Apesar da distância em relação ao mercado chinês (terceiro maior mercado consumidor de produtos automotivos do mundo em 2013), foram estabelecidas transações comerciais envolvendo o Brasil e a China no subsetor de peças e acessórios para veículos automotores. Nessa categoria de produtos, a indústria brasileira chegou a experimentar uma trajetória de *upgrading* entre 2000 e 2005; porém, com a gradual inserção da China no processo de globalização e a abertura do mercado chinês para os fornecedores estrangeiros, a indústria brasileira acabou perdendo competitividade.

Da mesma forma, no que diz respeito aos níveis de desagregação dos produtos, ficou evidente a necessidade de analisarmos os produtos de maneira mais homogênea, para determinarmos com maior precisão o desempenho das indústrias em categorias específicas de produtos. Nesse contexto, vimos que em diversas categorias de automóveis o desempenho das

indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL oscilou, ora indicando *upgrading*, ora *downgrading*.

Por exemplo, quando analisamos o desempenho das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na categoria 870321 (automóveis com motores que não excedem 1.0) no mercado britânico, percebeu-se que somente a indústria brasileira se destaca entre as principais indústrias exportadoras no MERCOSUL. Apesar disso, a indústria sequer chega a efetivamente competir nesse mercado consumidor.

Mas se as exportações brasileiras nessa categoria de produtos sequer chegam a competir com as demais indústrias no mercado britânico, por outro lado o Brasil está entre os principais mercados consumidores de automóveis com motores com capacidade que não excedem 1.0. Isso, de toda a forma, põe um ponto de interrogação na análise. Por que considerar o desempenho da indústria brasileira no mercado britânico, sendo que o Brasil também está entre os principais mercados consumidores de automóveis com motores de capacidade que não excedem 1.0? Certamente, isso nos traria novamente ao debate envolvendo a questão regional e as limitações teórico-metodológicas relacionadas à perspectiva do *upgrading* industrial.

Quando analisamos o desempenho das exportações das indústrias do MERCOSUL nos mercados internacionais nos quais as indústrias efetivamente atuam e consideramos as mesmas categorias de automóveis (870321, 870322 e 870323, 8703224), torna-se evidente que as trajetórias apresentadas pelas indústrias argentina e brasileira foram de *upgrading*, com exceção da categoria 870324. Obviamente, as periodizações precisam ser levadas em consideração, pois as trajetórias de *upgrading* não são constatadas ao longo de todo o recorte temporal estabelecido na análise.

Paradoxalmente, na categoria 870324, que representa os automóveis com maior potência e maior valor agregado, o desempenho das indústrias é bastante modesto. A participação das indústrias do MERCOSUL é relativamente pequena nesta categoria de produtos, e a trajetória observada pode até mesmo ser avaliada como *downgrading*. É possível considerar também que é nessa categoria de automóveis que as montadoras multinacionais do setor automobilístico ainda exercem um papel fundamental nas redes globais de produção, seja para impor barreiras para a entrada de novos competidores, seja para limitar a participação das firmas ou indústrias nacionais em determinados nichos de mercado.

Vimos, portanto, que a globalização da produção na indústria automobilística, associada à inserção e à crescente participação das indústrias automobilísticas nacionais dos países do MERCOSUL na produção mundial e no comércio internacional de autoveículos, de

fato vem permitindo que essas indústrias se reposicionem nas cadeias globais de valor e melhorem seus níveis de competitividade e *upgrading* industrial.

Entretanto, o desempenho obtido pelas indústrias apresenta variações, dependendo da categoria de produtos analisados, o mercado consumidor nos quais os fluxos são examinados e a periodização estabelecida dentro do recorte temporal proposto para a análise. Dito isso, é preciso enfatizar a ideia de que a análise aqui conduzida precisa ser estendida, objetivando-se mensurar e avaliar amplamente o desempenho das indústrias em vários mercados e diversas categorias de produtos, e não apenas naqueles aqui examinados.

Além de se considerar as particularidades envolvendo as categorias específicas de produtos, bem como a noção de homogeneidade dos produtos relacionada às estatísticas de comércio e ao nível de desagregação das mercadorias nos mercados internacionais, há que se considerar a importância do recorte temporal estabelecido na análise.

Dentro do próprio recorte temporal estabelecido para a análise, ou seja, entre 1995 e 2013, perceberam-se trajetórias distintas em alguns períodos. Vimos isso quando analisamos os fluxos de peças e acessórios para veículos automotores do Brasil em direção à China entre 1995 e 2000, período no qual se observou uma trajetória de *downgrading*. Mas destaca-se também uma trajetória de *upgrading* entre 2000 e 2005, considerando-se o expressivo aumento no valor das exportações em direção à China e a conquista de uma fatia maior de mercado no subsetor de peças e acessórios para veículos automotores.

Vimos isso também quando analisamos a Figura 28 e os fluxos de exportação de produtos automotivos em direção ao NAFTA. Entre 1995 e 2005 é possível afirmar que houve uma trajetória significativa de *upgrading*, pois as indústrias conseguiram expandir consideravelmente o valor das exportações de produtivos automotivos para os Estados Unidos e para o NAFTA. Já entre 2005 e 2013, a trajetória foi bastante distinta, apresentando queda expressiva entre 2005 e 2009, seguida de uma breve recuperação no período 2009–2010, e nova queda entre 2010 e 2012. Isso revela também a importância que o recorte temporal exerce na análise, para confirmar ou negar a hipótese — ora confirmando-a, ora refutando-a, a depender das divisões ou subdivisões que podem ser estabelecidas dentro do recorte temporal escolhido para a análise.

Assim, como o recorte temporal estabelecido para a análise (19 anos) pode ser considerado relativamente extenso, é possível reavaliá-lo e até mesmo reconsiderá-lo em períodos distintos, que, por exemplo, revelam somente as trajetórias de *upgrading* de uma indústria considerando recortes temporais mais modestos, tais como entre 1995 e 2000, ou entre 2005 e 2010. Com recortes mais limitados seria possível supor, por exemplo, que as crises

econômica e política experimentadas pelo Brasil entre 2014 e 2015 afetaram significativamente o desempenho da indústria automobilística brasileira no período considerado.

Nesse sentido, a perspectiva do *upgrading* industrial demonstra ser uma estrutura analítica bastante útil e que pode ser facilmente aplicada também em estudos que consideram mudanças mais localizadas no tempo e no espaço. Além disso, no contexto de mudanças mais localizadas, seria possível avaliar o impacto das crises econômicas no chão de fábrica das montadoras, na produção de automóveis, na venda de veículos nos mercados nacionais ou, ainda, nas relações de comércio que envolvem as indústrias aqui destacadas, tais como nos fluxos de importação e exportação na escala intra- e macrorregional do MERCOSUL. Tudo depende do objetivo proposto no trabalho e, obviamente, do foco da análise realizada pelo pesquisador.

No que concerne ao processo de globalização da produção e do comércio de produtos automotivos e automóveis de um modo geral, foi possível constatar que a competição entre as indústrias também aumentou — basta analisarmos a quantidade de países que atingiam 1% ou mais de participação nos fluxos comerciais envolvendo esses produtos. Porém, seria necessário examinar com maior riqueza de detalhes em que medida as pressões competitivas resultaram na queda dos preços nos mercados consumidores.

A distância ou proximidade em relação a determinados mercados consumidores é outro fator que também interfere na possibilidade de inserção e permanência das indústrias em trajetórias de *upgrading* industrial. Quando se analisa o desempenho das indústrias automobilísticas dos países do MERCOSUL em mercados como o MERCOSUL, o NAFTA, os EUA, e até mesmo alguns mercados da Europa, é possível verificar a inserção das indústrias automobilísticas nacionais em trajetórias de *upgrading*, conforme vimos ao longo deste capítulo. Contudo, quando se analisa o desempenho das indústrias em mercados mais distantes, como no caso do mercado chinês, esse desempenho é mais modesto.

Outra constatação importante se refere à relação entre produção e comércio. Apesar de parecer trivial, essa relação é fundamental para se evitar equívocos graves em análises de *upgrading* industrial. No segundo capítulo deste trabalho, nós vimos que o Uruguai e a Venezuela possuem poucas unidades industriais (como fábricas das montadoras) localizadas em seus territórios, e isso deve ser considerado quando se analisa a magnitude das exportações de produtos automotivos realizados por esses países se comparadas às exportações de produtos automotivos realizados por países como Brasil e Argentina.

Além disso, o que dizer sobre o Paraguai? Se a indústria inexistente em seus territórios, como pode ela ser competitiva e se inserir em trajetórias de *upgrading* industrial? Daí a

necessidade de se relacionar produção e comércio em análises de *upgrading* industrial. Portanto, é imprescindível que se verifique a presença (por exemplo, a localização) da indústria nos territórios nacionais. Sem esse pré-requisito, não há como assumir qualquer hipótese de *upgrading* ao nível da firma ou da indústria nacional. Do contrário, o que se analisaria seria apenas o desempenho comercial das indústrias nos mercados internacionais, e não *upgrading* em produtos e processos, ou ainda melhorias significativas em setores e subsetores da indústria.

De um modo geral, é possível afirmar que o uso das estatísticas de comércio internacional e das variáveis aqui utilizadas nos permite obter *insights* valiosos e chegar a conclusões importantes ao refletirmos, analisarmos e mensurarmos trajetórias de *upgrading* ou *downgrading* ao nível da indústria. Apesar disso, o uso de valor e volume como únicos indicativos de *upgrading* possuem limitações se buscamos avaliar também os níveis de competitividade das indústrias e o preço dos produtos comercializados nos mercados internacionais.

Daí a importância de analisarmos também, e criteriosamente, as variáveis quota de mercado e valores unitários. De qualquer forma, a combinação das variáveis aqui utilizadas foi apenas uma alternativa para buscar minimizar as limitações que cada uma dessas variáveis apresenta. Não devemos nos iludir ao ponto de assumirmos cegamente que elas nos fornecem uma visão compreensiva em termos de *upgrading* industrial.

É importante ressaltar que existem também limitações em relação às estatísticas de comércio internacional, pois estas não permitem a avaliação do desempenho ao nível da firma, uma vez que os dados não apresentam informações específicas das empresas. Mas, obviamente, deve-se recordar que o que se aplica para o agregado ao nível da indústria nacional ou do país como um todo se reflete como a média dos resultados apresentados ao nível das firmas.

Por último, mas não menos importante, é fundamental considerar que a análise e aplicação da perspectiva do *upgrading* industrial em Geografia ainda são muito recentes. Sem dúvida, há muito que se pensar e fazer em termos de *upgrading* industrial. Este trabalho apenas apresenta algumas possibilidades de reflexão, visto que o tema possui interseções analíticas com outros temas importantes explorados no âmbito da Geografia, tais como a globalização, desenvolvimento local e regional, industrialização, metropolização etc.

Assim, trabalhos futuros podem permitir o avanço de novas ideias, conceitos e metodologias dentro dessa perspectiva e também nos auxiliar no sentido de dar uma resposta a algumas das questões aqui levantadas. Se este trabalho servir para mostrar a aplicação da perspectiva do *upgrading* industrial em análises geográficas, defender a tese aqui apresentada,

e ainda demonstrar algumas das nuances e particularidades envolvendo a análise, então nossas expectativas estarão plenamente satisfeitas.

REFERÊNCIAS

- ADEFA (ASOCIACIÓN DE FÁBRICAS DE AUTOMOTORES). Disponível em <http://www.adefa.com.ar/v2/index.php>. Acesso em 03 fev. 2014.
- ALICEWEB. Disponível em: <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/> Acesso em: 10 dez. 2015.
- ALVES, Alceli Ribeiro. **EU enlargement and upgrading in the automotive industry of East-Central Europe**. Londres, 2011. 101 f. Dissertação (Mestrado em Geografia)- Escola de Geografia, Queen Mary University-University of London.
- ALVES, Alceli Ribeiro. Território e Governança na indústria automobilística dos países do MERCOSUL. In: X ENANPEGE, 2013, Campinas. **Anais do X Encontro Nacional da ANPEGE: Geografias, Políticas Públicas e Dinâmicas Territoriais**. Campinas: UFGD Editora, 2013. p. 7896-7908. CD-ROM. ISSN 2175-8875.
- ALVES, Alceli Ribeiro. Notas didáticas e epistemológicas para o ensino e aprendizagem de Geografia e Geografia Econômica. In: VII SIMPGEO (SIMPÓSIO PARANAENSE DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA), 2014 (p.1157-1171), Maringá. VII SIMPÓSIO PARANAENSE DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA, 2014a.
- ALVES, Alceli Ribeiro. A localização das unidades industriais das montadoras de autoveículos no MERCOSUL. **Revista GeoUECE**, Fortaleza, v. 3, n. 4, p. 34-59, jan./jun. 2014b.
- AMIN, Ash. An institutionalist perspective on regional economic development. **International Journal of Urban and Regional Research**, v.23, n.2, p.365-378, 1999.
- ANFAVEA (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE VEÍCULOS AUTOMOTORES) **Anuário da Indústria Automobilística Brasileira, 2010**. São Paulo. [Online] Disponível em <http://www.anfavea.com.br/anuario.html>. Acesso em: 03 fev. 2014.
- ANFAVEA (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE VEÍCULOS AUTOMOTORES) **Anuário da Indústria Automobilística Brasileira, 2014**. São Paulo. [Online] Disponível em <http://www.anfavea.com.br/anuario.html>. Acesso em: 03 fev. 2014.
- ARAÚJO, S.M.P. **Trabalho e capital em trânsito: a indústria automobilística no Brasil**. 1. ed. Curitiba: Editora da UFPR, 2007. v. 1. 338p.
- ARAÚJO JUNIOR, J. T. A proteção à indústria automobilística na Europa e no MERCOSUL. **Revista de Economia Política**. São Paulo, v. 18, nº. 4, p. 94, out./ dez. 1998.
- ARBIX, Glauco; ZILBOVICIUS, Mauro. (org.). 1997. **De JK a FHC: a reinvenção dos carros**. São Paulo: Scritta, 1997.
- ARCINIEGA, R.S. La industria maquiladora de exportación: el caso del estado de México, 1997-2004. **Revista do Departamento de Geografia**, v.18, 2006. p. 28-41.

ARROYO, Mónica. **Território nacional e mercado externo**. Uma leitura do Brasil na virada do século XX. Tese (Doutorado). FFLCH/USP, 2001.

ARROYO, Mónica. Circuitos espaciais de produção industrial e fluxos internacionais de mercadorias na dinâmica territorial do estado de São Paulo. **Boletim Campineiro de Geografia**, Campinas (SP), v. 2, n. 1, p.7-26, 2012.

ASCOMA (ASOCIACIÓN DE CONCESIONARIOS Y MARCAS DE AUTOMOTORES) Disponível em <http://www.ascoma.com.uy/>. Acesso em 19 mar. 2014.

BAIR, J. (ed.) **Frontiers of Commodity Chain Research**, Stanford: Stanford University Press, 2009.

BARRIENTOS, Stephanie; GEREFFI, Gary; ROSSI, Arianna. Economic and social *upgrading* in global production networks: a new paradigm for a changing world. **International Labour Review**, Geneva: International Labour Office, v.150, n.3/4, p.319-340, 2011.

BARRIOS, S. A. Dinâmica social y espacio. In: **Metodología para el diagnóstico regional**. Caracas: Cendes, 1978.

_____. **A construção do espaço**. São Paulo: Nobel, 1986.

BLAZEK, JIRI. Towards a typology of repositioning strategies of GVC/GPN suppliers: the case of functional upgrading and downgrading. **Journal of Economic Geography**, p.365-378, 1999.

BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/Produtos/BNDES_Exim/eximautomoveis.html#especial. Acesso em: 05 abril 2013.

BOMTEMPO, D. C.; SPOSITO, E. S. Circuitos espaciais da produção e novas dinâmicas do território. **Revista Mercator**, Fortaleza, CE. Vol. 11, n.26, p. 27-46, 2012.

BOTELHO, Adriano. **Do fordismo à produção flexível**: a produção do espaço num contexto de mudança das estratégias de acumulação de capital. São Paulo, 2000, 148 f. Dissertação (Mestrado)- Departamento de Geografia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

BRASIL. (2012a). Decreto n.- 7.819, de 3 de outubro de 2012. Regulamenta os arts. 40 a 44 da Lei nº 12.715, de 17 de setembro de 2012, que dispõe sobre o Programa de Incentivo à Inovação Tecnológica e Adensamento da Cadeia Produtiva de Veículos Automotores - INOVAR-AUTO, **Diário Oficial da União**, Brasília, nº 192-A, p.1-16, Seção 1.

BRASIL. (2012b). Decreto n. 7.725, de 21 de maio de 2012. Altera as Notas Complementares NC (87-2), NC (87-4), NC (87-5) e NC (87-7) da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 7.660, de 23 de dezembro de 2011, e dispõe sobre a devolução ficta dos produtos nelas referidos., **Diário Oficial da União**, Brasília, nº 98, Seção 1.

CAIADO, Aurílio Sérgio Costa. **Desconcentração Industrial Regional no Brasil (1985-1998): Pausa ou Retrocesso?** Campinas, 2002, 269 f. Tese (Doutorado)- Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas.

CARDOSO, Adalberto; COVARRUBIAS, Alex. **A Indústria Automobilística nas Américas: a reconfiguração estratégica e social dos atores produtivos.** (Org.). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

CAVENEZ (CÁMARA AUTOMOTRIZ DE VENEZUELA) Disponível em <http://www.cavenez.com/>. Acesso em: 19 mar 2014.

CHERYINTERNATIONAL. **The Chery Tiggo3 Officially Launched in Uruguay.** Disponível em <http://cheryinternational.com.s11770.gridserver.com/en/node/92>. Acesso em: 19 mar 2014.

CHESNAIS, François. **A Mundialização do Capital.** São Paulo: Xamã, 1996.

CIP (CENTRO DE IMPORTADORES DEL PARAGUAY). Disponível em <http://www.cip.org.py/>. Acesso em: 19 mar 2014.

COE, Neil *et al.* Globalizing regional development: a global production networks perspective. **Transactions of the Institute of British Geographers**, v.29, n.4, p.468-84, 2004a.

COE, Neil *et al.* The internationalization/globalization of retailing: towards an economic-geographical research agenda. **Environment and Planning A**, v. 36, p. 1571-94, 2004b.

COE, Neil M. and HESS, Martin. The internationalization of retailing: implications for supply network restructuring in East Asia and Eastern Europe. **Journal of Economic Geography**, v. 5, n. 4, p. 449-73. 2005.

COE, Neil; DICKEN, Peter; HESS, Martin. Global production networks: realizing the potential. **Journal of Economic Geography**, Oxford: Oxford University Press, v.8, n.3, p.271-295, 2008a.

COE, Neil; DICKEN, Peter; HESS, Martin. Introduction: Global production networks – debates and challenges, **Journal of Economic Geography**, v. 8, p. 267-269. 2008b.

COE, N., DICKEN, P., HESS, M., & YEUNG, H. Making connections: Global production networks and world city networks. **Global Networks**, v.10, n.1, p.138–149. 2010.

COE, Neil; JORDHUS-LIER, David. Constrained agency? Re-evaluating the geographies of labour. **Progress in Human Geography**, London: Edward Arnold, v.35, n.2, p.211-233, Apr. 2011. doi: 10.1177/0309132510366746.

CRUZ-MOREIRA, Juan Ricardo. **Industrial upgrading nas cadeias produtivas globais: reflexões a partir das indústrias têxtil e do vestuário de Honduras e do Brasil.** Tese de doutorado, 2003. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-03112003-142622/pt-br.php>>. Acesso em: 11 jun. 2014.

CZABAN, L. e HENDERSON, J. Globalization, institutional legacies and industrial transformation in Eastern Europe. **Economy and Society**, v.27, n.4, p. 585-613. 1998.

DCI (DIÁRIO COMÉRCIO INDÚSTRIA & SERVIÇOS). **Brasil e Argentina assinam novo acordo automotivo**. Disponível em: <http://www.dci.com.br/internacional/brasil-e-argentina-assinam-novo-acordo-automotivo-id400523.html>. Acesso em: 20 jun. 2014.

DICKEN, Peter. **Global Shift: transforming the global economy**. 3. ed. New York: Guilford Press, 1998.

DICKEN, Peter; MALMBERG, Anders. Firms in territories: a relational perspective. **Economic Geography**, v. 77, n.4, p. 345–63, 2001.

DIETZENBACHER, E.; GUILHOTO, J.; IMORI, D. The Role of Brazilian Regions in the Global Value Chain. University of São Paulo, FEA-USP, Working paper, 2013.

EL OBSERVADOR. **Lifan llegó a un acuerdo con Effa y adquiere planta en Uruguay**. Disponível em <http://www.elobservador.com.uy/noticia/229418/lifan-llego-a-un-acuerdo-con-effa-y-adquiere-planta-en-uruguay/>. Acesso em 19 mar. 2014.

EUROSTAT. EUROSTAT Comext Database. Disponível em: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/> Acesso em: 24 set. 2015.

FARIA, Luiz A. E.; BARÃO, G.R. O âmbito político-institucional do MERCOSUL: a política externa brasileira e o desenvolvimento institucional do bloco. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.33, n.1, p. 77-96, Maio 1995.

FEENSTRA, R. C. Integration of trade and disintegration of production in the global economy. **Journal of Economic Perspectives**, v. 12, n.4, p.31-50, 1998.

FIRKOWSKI, Olga, L.C. de F. **A nova territorialidade da indústria e o aglomerado metropolitano de Curitiba**. Tese (Doutorado em Geografia). São Paulo, Programa de Pós-graduação da FFLCH-USP, 2001.

FIRKOWSKI, Olga, L.C. de F. A dimensão espacial da implantação da indústria automobilística no aglomerado metropolitano de Curitiba. In: ARAUJO, Silvia Maria de. (Org.). **Trabalho e Capital em Trânsito: a indústria automobilística no Brasil**. Curitiba: Editora da UFPR, 2007.

FIRKOWSKI, Olga L. C., SPOSITO, Eliseu S. Indústria, ordenamento do território e transportes. A contribuição de André Fischer. São Paulo: Expressão Popular. 2008.

GEREFFI, Gary; KORZENIEWICZ, Miguel (Ed.). **Commodity Chains and Global Capitalism**. Westport, CT: Praeger, 1994.

GEREFFI, Gary. International trade and industrial *upgrading* in the apparel commodity chain. **Journal of International Economics**, v.48, n.1, p.37-70, 1999.

GEREFFI, Gary. The global economy: Organization, governance, and development. In: Neil J. Smelser and Richard Swedberg (eds.). **The Handbook of Economic Sociology**, 2nd ed. Princeton, NJ: Princeton University Press and Russell Sage Foundation. 2005, pp. 160-182.

GEREFFI, Gary; HUMPHREY, John; KAPLINSKY, Raphael; STURGEON, Timothy. Introduction: **Globalisation, Value Chains and Development**. IDS Bulletin, v. 32, n. 3, 2001.

GEREFFI, G., HUMPHREY, J., STURGEON, T. The governance of global value chains. **Review of International Political Economy**, v. 12, n.1, p. 78-104, 2005.

GUILHOTO, J.J.M.; SESSO FILHO, U.A. Estimação da matriz insumo-produto a partir de dados preliminares das Contas Nacionais. **Economia Aplicada**, v. 9, n. 1. abr.-jun., 2005.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do fim dos territórios à multiterritorialidade**. 4.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

HENDERSON, J.; DICKEN, P.; HESS, M.; COE, N. M. and H. W-c. YEUNG 'Global Production Networks and the analysis of economic development', **Review of International Political Economy**, v.9, n.3, 436-464, 2002.

HESS, Martin. Spatial relationships? Towards a reconceptualization of embeddedness. **Progress in Human Geography**, London: Edward Arnold, v.28, n.2, p.165-186, 2004.

HOPKINS, T.; WALLERSTEIN, I. 1986. **Commodity Chains in the World-Economy prior to 1800**. Review 10, 1:157-70.

HUMPHREY, John; SCHMITZ, Hubert. **Governance and upgrading: linking industrial cluster and global value chain research**. IDS Working Paper 120. Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex. 2000.

HUMPHREY, John; SCHMITZ, Hubert. How does insertion in global value chains affect *upgrading* in industrial clusters? **Regional Studies**, v.36. n.9, p. 1017-1027, 2002.

HUMPHREY, John; SCHMITZ, Hubert. Chain governance and upgrading: taking stock. In: SCHMITZ, H. (Ed.). **Local Enterprises in the Global Economy: issues of governance and upgrading**. Cheltenham: Elgar, 2004, p. 349-381.

INVESTMENT AND EXPORT PROMOTION AGENCY. **Automotive and auto parts industry**. Disponível em : http://www.uruguayxxi.gub.uy/wp-content/uploads/2012/11/Automotive-and-auto-parts-industry-October-2012_URUGUAY-XXI.pdf. Acesso em: 3 abr. 2014.

ISARD, Walter. Interregional and regional input-output analysis, a model of a space economy. **Review of Economics and Statistics**, v.33, n. 4. p. 318-328, 1951.

KAPLINSKY, Raphael. Globalization and unequalisation: what can be learned from value chain analysis?. Journal of Development Studies, v.37, n.2, p. 117-146, 2000.

KAPLINSKY, Raphael. **Globalization, poverty and inequality: between a rock and a hard place**. Cambridge: Polity Press, 2005.

KAPLINSKY, Raphael.; READMAN, Jeff. Globalization and upgrading: what can (and cannot) be learnt from international trade statistics in the wood furniture sector? **Industrial and Corporate Change**, vol. 14, n. 4, p. 679–703, 2005.

KELLER, P. F. Clusters, distritos industriais e cooperação interfirmas: uma revisão da literatura. **Periódicos de Economia e Gestão**. Puc-Minas, 2008

KORZENIEWICZ, Miguel. Commodity chains and marketing strategies: NIKE and the global athletic footwear industry. In: GEREFFI, Gary; KORZENIEWICZ, Miguel (Ed.). **Commodity Chains and Global Capitalism**. Westport, CT: Praeger, 1994. p. 247-265.

KRUGMAN, Paul. **Geography and Trade**. Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

LAW, John. After ANT: complexity, naming and typology, in LAW, John. e HASSARD, John (eds), **Actor-Network Theory and After**. Oxford: Blackwell, p. 1–14, 1999.

LENCIONI, Sandra. A metamorfose de São Paulo: o anúncio de um novo mundo de aglomerações difusas. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba: IPARDES, n.120, p.133-148, jan./jun. 2011.

MARIOTTO, Fábio. L.; BRITO; Luiz A. L.; ANO, Fábio H. A.; TORRE, Leonardo F. **Estratégias globais e locais na indústria automobilística brasileira**. Relatório de Pesquisa. São Paulo: EAESP/FGV, n. 4, 2003.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**: tratado introdutório. São Paulo: Abril Cultural, v. I, 1982.

MARX, Karl (1887). Capital: **A Critique of Political Economy** [1995]. Volume 1. Moscow: Progress Publishers. Disponível em: <https://www.marxists.org/archive/marx/works/download/pdf/Capital-Volume-I.pdf> Acesso em 09 set. 2014.

MERCOSUL (Mercado Comum do Sul). Disponível em: <http://www.mercosur.int>. Acesso em: 01 mar. 2013.

MERCOSUL (Mercado Comum do Sul). Decisão CMC Nº 44/10. Disponível em: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1308061671.pdf. Acesso em: 01 mar. 2014.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Governo mantém alíquotas reduzidas para automóveis e indústria moveleira**. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/divulgacao/noticias/2014-1/junho/governo-mantem-aliquotas-reduzidas-para-automoveis-e-industria-moveleira>. Acesso em 01 jul. 2014.

NEGRI, Barjas. **Concentração e desconcentração industrial em São Paulo (1880-1990)**. Campinas, 1994, 268 f. Tese (Doutorado)- Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas.

NEVES. Aécio. **Entrevista coletiva concedida pelo candidato à presidência da República no Estado do Espírito Santo.** Linhares-ES. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/09/veja-como-foi-segunda-feira-15-dos-principais-candidatos-presidencia.html> Acesso em: 16 set. 2014.

OCDE (ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO). **Moving up the value chain: staying competitive in the global economy.** OCDE, Disponível em: <http://www.oecd.org/industry/ind/38558080.pdf> Acesso em 01 mar. 2014.

OCDE (ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO). **Measuring Trade in Value Added: An OECD-WTO joint initiative.** OCDE, Disponível em: <http://www.oecd.org/sti/ind/measuringtradeinvalue-addedanoecd-wtojointinitiative.htm> Acesso em: 08 jul. 2016.

OICA (ORGANISATION INTERNATIONALE DES CONSTRUCTEURS D'AUTOMOBILES). [Online] Disponível em <http://www.oica.net/>. Acesso em 12 Junho 2014.

PAVLÍNEK, Petr; SMITH, Adrian. Internationalization and embeddedness in East-Central European transition: the contrasting geographies of inward investment in the Czech and Slovak Republics. **Regional Studies**, v.32, n.7, p. 619-638, 1998.

PAVLÍNEK, Petr; DOMÁNSKI, Boleslaw; GUZIK, Robert. Industrial upgrading through foreign direct investment in Central European automotive manufacturing. **European Urban and Regional Studies**, Harlow: Longman Group, v.16, n.1, p.43-63, 2009.

PAVLÍNEK, Petr; ZENKA, Jan. Upgrading in the automotive industry: firm-level evidence from Central Europe. **Journal of Economic Geography**, Oxford: Oxford University Press, v.11, n.3, p.559-586, 2011.

PICKLES John. Trade liberalization, industrial upgrading, and regionalization in the global clothing industry. **Environment and Planning A**, v. 38, n. 12, p. 2201 – 2206, 2006.

PICKLES, John; SMITH, Adrian; BUCĚK, Milan; ROUKOVA, Poli e BEGG, Robert. Upgrading, Changing Competitive Pressures, and Diverse Practices in the East and Central European Apparel Industry. **Environment and Planning A**, v.38, n. 12, p. 2305–2324, 2006.

PICKLES, John; SMITH, Adrian. Delocalization and Persistence in the European Clothing Industry: The Reconfiguration of Trade and Production Networks. **Regional Studies**, Cambridge: Regional Studies Association, v.45, n.2, p.167-185, 2011. (First published on: 20 May 2010 -iFirst).

PINN (PORTUGUESE INDEPENDENT NEWS NETWORK). **Venezuela: Chrysler paraliza produção de veículos.** Disponível em: <http://portugueseindependentnews.com/venezuela-chrysler-paraliza-produccion-de-vehiculos/>. Acesso em 3 abr. 2014.

PIRES, E.L.S.; FUINI, L. L.; MANCINI, R.F.; e NETO, D.P. **Governança Territorial: conceito, fatos e modalidades.** Rio Claro: UNESP, 2011.

POGGETTO, Priscila Dal. **Produção de veículos cai 1,9% em 2012, apesar do recorde de vendas.** Disponível em: <http://g1.globo.com/carros/noticia/2013/01/producao-de-veiculos-cai-19-em-2012-apesar-do-recorde-de-vendas.html>. Acesso em 27 jun. 2014.

PORTER, M. **Competitive advantage**: Creating and sustaining superior performance. London: Macmillan, 1985.

_____. **The Competitive advantage of nations**. London: Macmillan, 1990.

RAFFESTIN, Claude. **Por Uma Geografia do Poder**. São Paulo: Editora Ática, 1993.

RAMALHO, José Ricardo. *et al.* Estratégias de desenvolvimento industrial e dinâmicas territoriais de contestação social e confronto político. **Sociologia e Antropologia**, v.3, n.5, p.175-200, 2013.

RAMALHO, José R.; RODRIGUES, Iram J. & CONCEIÇÃO, Jefferson José da. Reestruturação industrial, sindicato e território – Alternativas políticas em momentos de crise na região do ABC em São Paulo. Brasil, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n. 85, p.147-167, 2009.

RÊGO, Elba C.L. O processo de integração no MERCOSUL. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v.2, n.3, pp. 167-196, jun. 1995.

ROTHWELL, Roy. Innovation in textile machinery. In: Pavitt, Kevin (Ed.). **Technical innovation and British Economic Performance**. p. 126-141. 1980. Macmillan: London.

RUGRAFF, Eric. Foreign direct investment (FDI) and supplier-oriented upgrading in the Czech motor vehicle industry. **Regional Studies**, Cambridge: Regional Studies Association, v.44, n.5, p.627-638, 2010.

SANTOS, Milton. Circuitos espaciais da produção: um comentário. In: BARRIOS, Sonia *et al.* (Org.). **A construção do espaço**. São Paulo: Nobel, 1986.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do Espaço Habitado**. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.

SANTOS, Milton. (1999a). **O dinheiro e o território**. O dinheiro e o território. In: Geographia. Revista de Pós-graduação em Geografia da UFF. Ano 1, n.1, p.7-13, 1999.

SANTOS, Milton. (1999b). **A natureza do espaço**: técnica e tempo-razão e emoção, 3.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Milton & SILVEIRA, Maria Laura Silveira. **Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SANTOS, R.S.P. **A Forja do Vulcano: siderurgia e desenvolvimento na Amazônia Oriental e no Rio de Janeiro**. 2010. Tese (Tese de Doutorado em Sociologia e Antropologia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

SANTOS R.S.P. Redes de produção globais e a análise do desenvolvimento econômico. **Revista Pós-Ciências Sociais**, Maranhão: UFMA, v.8, n.15, jan./jun. 2011.

SASSEN, S. **The Global City**: London, New York, Tokyo, PUP: Princeton, 1991.

SASSEN, S. **The Global City**: London, New York, Tokyo, PUP: Princeton, Revised edition, 2000.

SASSEN, S. **The Repositioning of Cities and Urban Regions in a Global Economy: Pushing Policy and Governance Options**. OECD International Conference: What policies for globalizing cities? Rethinking the urban policy agenda, Madrid. 2007.

SELINGARDI-SAMPAIO, Silvia. **Indústria e território em São Paulo: a estruturação do Multicomplexo Territorial Industrial Paulista: 1950-2005**. Campinas: Editora Alínea, 2009.

SCOTT, A.J. Regional motors of the global economy. **Futures**, v.28, n.5, p.391-411. 1996.

SCOTT. A. J. (ed.) **Global City Regions: Trends, Theory, Policy**. Oxford: Oxford University Press, 2001.

SCOTT, A. J.; STORPER, M. (Orgs.). **Production, work, territory: the geographical anatomy of industrial capitalism**. Winchester: Allen & Unwin, 1986.

SCOTT. A. J.; STORPER, M. Regions, globalization, development. **Regional Studies**. v.37, n.6-7, p.579-593, 2003.

SECEX (Secretária de Comércio Exterior). Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/sitio/>. Acesso em: 15 fev. 2012.

SEIM (Secretária da Indústria, Comércio e Assuntos do MERCOSUL). Disponível em: <http://www.seim.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=605&tit=Vendas-da-industria-do-Parana-tem-desempenho-historico>. Acesso em: 23 fev. 2012.

SELWYN, Ben. Beyond firm-centrism: re-integrating labour and capitalism into global commodity chain analysis. **Journal of Economic Geography**, Oxford: Oxford University Press, v.12, n.1, p.205-226, 2012.

SILVA, Cleide. Montadoras cortam produção em junho e regularizam os estoques. **O Estado de São Paulo**. 6 jul. 2012. Economia & Negócios. p.B1.

SMITH, Adrian; RAINNIE, Al; DUNFORD, HARDY, Jane; HUDSON, Ray; SADLER, David. Networks of value, commodities and regions: reworking divisions of labour in macro-regional economies. **Progress in Human Geography**, London: Edward Arnold, v.26, n.1, p.41-63, 2002.

SMITH, Adrian; PICKLES, John; BUČEK, Milan; BEGG, Robert; ROUKOVA, Poli. Reconfiguring 'post-socialist' regions: cross-border networks and regional competition in the Slovak and Ukrainian clothing industry. **Global Networks**, v.8, n.3, p. 281-307, 2008.

SMITH, Adrian; ALVES, Alceli Ribeiro. Industrial Upgrading na Indústria Automotiva dos Países do Centro e Leste Europeus. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba: IPARDES, n.123, p.23-49, jul./dez. 2012.

SMITH, A.; PICKLES, J.; BUCEK, M.; PÁSTOR, R.; BEGG, R. The political economy of global production networks: regional industrial change and differential upgrading in the East European clothing industry, **Journal of Economic Geography**, p. 1-29, 2014.

STAROSTA, Guido. The outsourcing of manufacturing and the rise of giant global contractors: a Marxian approach to some recent transformations of Global value Chains. **New Political Economy**, v. 15, n. 4, p. 543-563. 2010.

STORPER, Michael. **The Regional World**: territorial development in a global economy. New York: The Guilford Press, 1997.

STORPER, Michael. WALKER, Richard. **The Capitalist Imperative**: territory, technology, and industrial growth. New York: Blackwell Publishers, 1989.

STURGEON, Timothy; GEREFFI, Gary. Measuring Success in the Global Economy: International Trade, Industrial Upgrading, and Business Function Outsourcing in Global Value Chains. **Transnational Corporations**, v.18, n.2, p.1-36, 2009.

STURGEON, Timothy. Van BIESEBROECK, J. e GEREFFI, Gary. Value Chains, Networks, and Clusters: Reframing the Global Automotive Industry, **Journal of Economic Geography**, v. 8, n. 3, p. 297-321, 2008.

TOLEDO, Pablo; SÁ PORTO, Paulo C. de. Produção Internacional e Redes Globais. **Economia Aplicada**, v.9, n.1, p. 1-13, 2005.

UN-COMTRADE (UNITED NATIONS Comtrade Database). Disponível em: <http://comtrade.un.org/data/> Acesso em: 31 mar. 2015.

UNIDO. **Industrial Development Report 2002/2003**: Competing through innovation and learning. Vienna: United Nations Industrial Development Organisation, 2002.

WINTER, Johannes. Upgrading of TNC Subsidiaries: The Case of the Polish Automotive Industry. **International Journal of Automotive Technology and Management**, Geneva: Inderscience Enterprises, v.10, n.2/3, p.145-160, 2010.

YEUNG, H., DICKEN, P., HENDERSON, J., HESS, M. and COE, N. **Foreign direct investment, trade, and global production networks in Asia and Europe**. Paper presented at the 3rd Annual Global Development Conference on Blending Local and Global Knowledge. Sofitel Rio Palace Hotel, Rio de Janeiro, Brazil, 9-12 December. 2001.

YEUNG, Henry Wai-Chung. Regional Development and the Competitive Dynamics of Global Production Networks: An East Asian Perspective. **Regional Studies**, v. 43, n.3, p. 325-351. 2009.

ZAULI, Eduardo. M. Políticas públicas e targeting setorial – efeitos da nova política industrial sobre o setor automobilístico brasileiro. **Revista de Economia Política**, v. 20, n. 3, 2000.